

# Déclaration de performance extra-financière

Quelles tendances et évolutions pour la  
deuxième année de publication ?

Septembre 2020

**Deloitte.**



# Introduction

L'exercice 2019 a été pour les entreprises françaises la deuxième année de mise en œuvre de la déclaration de performance extra-financière (« DPEF ») dans le contexte de l'adoption en France de la loi PACTE. L'année 2020 est marquée par le lancement d'une nouvelle réflexion européenne, mais aussi internationale, sur l'évolution et la standardisation du reporting extra-financier, RSE ou encore ESG (environnemental, social, gouvernance).

Ce **deuxième bilan des DPEF** a été mené pour le Medef par les équipes spécialisées de Deloitte et EY entre juin et septembre 2020. Il se fonde principalement sur une analyse des publications d'une centaine de grandes sociétés françaises du SBF 120, directement ou indirectement concernées par l'exigence, et les retours d'expérience des deux cabinets partenaires.

Dans la continuité de la publication de septembre 2019, ce second bilan a pour objet de nourrir la réflexion des acteurs économiques et des pouvoirs publics français et européens, dans le contexte de la révision à venir de la directive européenne sur la publication d'informations non financières. Nous avons souhaité pour cette deuxième édition **focaliser l'analyse sur les sujets particulièrement d'actualité** : formalisation des raisons d'être, structuration des politiques et des objectifs RSE, engagements climat, utilisation des référentiels internationaux, indicateurs clés de performance, intégration des critères RSE dans les objectifs des dirigeants, vérification...

L'objectif de l'étude n'est en aucun cas d'évaluer ou de noter les pratiques de chaque entreprise étudiée mais d'identifier des tendances au sein de ce panel de grands groupes, d'analyser les choix retenus, de partager des pratiques inspirantes et d'ouvrir la discussion sur l'évolution de l'information extra-financière.

Nous espérons que ce travail sera utile aux entreprises et nourrira le débat entre parties prenantes, émetteurs et utilisateurs de cette information extra-financière, notamment dans le contexte de réflexion sur les besoins de standardisation.

Julien RIVALS, Associé, Deloitte

Eric DUVAUD, Associé, EY

Karine HILLAIREAU, co-présidente du GT Finance durable  
et performance extra-financière, MEDEF

# Les points à retenir

- **35%** des entreprises étudiées ont formulé et communiqué sur **une raison d'être**, 9% l'ont inscrite dans leurs statuts. Une seule a adopté le statut de « société à mission » prévu par la loi PACTE.
- **75%** des entreprises ont formalisé une démarche ou feuille de route RSE pluri-annuelle ; celle-ci est de plus en plus clairement connectée voire intégrée pleinement à la stratégie de l'entreprise. **84%** des entreprises se fixent des objectifs de manière quantitative.
- En matière environnementale, **77%** des entreprises ont des objectifs quantitatifs concernant le climat (100% dans les secteurs industriels), **99%** reportent sur les émissions de GES scopes 1 et 2, **75%** sur certains postes du scope 3. **44%** ont un indicateur au moins sur l'impact environnemental de leurs produits ou services, les approches étant très diverses sur ce dernier sujet.
- En matière sociale, **93%** publient la part des femmes dans le management, **47%** se fixent des objectifs chiffrés en matière d'égalité femmes-hommes. **87%** publient un taux de fréquence des accidents du travail et **58%** des entreprises des secteurs industriels ont des objectifs liés à la sécurité au travail.
- Concernant les référentiels internationaux, **80%** font référence aux ODD de l'ONU, **63%** à la TCFD, **46%** présentent une grille de concordance avec la GRI et **2%** avec le SASB.
- **79%** intègrent des critères RSE dans les objectifs et donc la rémunération du dirigeant principal, **52%** de manière quantitative.
- **3%** seulement des rapports d'OTI expriment une réserve, et celle-ci porte sur des problèmes de fiabilité d'un ou plusieurs indicateurs, mais jamais sur un manque de conformité de la DPEF. En revanche, **30%** (40% dans le bilan 2019) des rapports d'OTI ont fait l'objet de commentaires, souvent relatifs à des sujets de périmètre de reporting, de déploiement des politiques ou encore d'absence d'indicateurs de performance sur certains enjeux importants. **26%** des entreprises ont demandé des travaux complémentaires de vérification au-delà des travaux de l'Organisme Tiers Indépendant « OTI » (assurance raisonnable sur certains indicateurs, revue des déploiements des démarches...).

# Méthodologie et limites

- Cette étude porte sur **100 sociétés** sélectionnées principalement parmi le SBF120, de droit français et qui ont publié des DPEF de manière obligatoire ou parfois volontaire (cas de certaines filiales cotées) pour l'exercice 2019 à la date de l'étude (ce qui exclut notamment certaines sociétés aux clôtures décalées). Le panel de société est identique à celui utilisé pour l'étude publiée l'an dernier, à l'exception de 2 sociétés retirées cette année (cf. annexe).
- Elle ne se veut donc pas représentative de l'ensemble des pratiques des entreprises françaises, notamment des sociétés de taille plus modeste ou non cotées, pour lesquelles les constats et retours d'expérience pourraient être différents.
- La liste détaillée des sociétés étudiées est présentée en annexe de cette étude.
- Une grille d'analyse unique a été utilisée pour cartographier les pratiques et en tirer des constats, exclusivement **sur la base des documentations publiées** à date de la réalisation de l'étude, entre juin et septembre 2020.
- Ce bilan s'appuie aussi sur les retours d'expérience de Deloitte et EY en tant que partenaires conseil ou organismes tiers indépendants de certaines entreprises. Leurs apports qualitatifs viennent compléter les éléments quantitatifs collectés.
- Des extraits de communication d'entreprises ont été sélectionnés pour illustrer la diversité des pratiques et partager des éléments jugés inspirants ou représentatifs des constats émis par les auteurs de l'étude. **Ces extraits ne sont aucunement une sélection des meilleures pratiques résultant d'une évaluation ou des recommandations sur la présentation des différents aspects de la DPEF.**

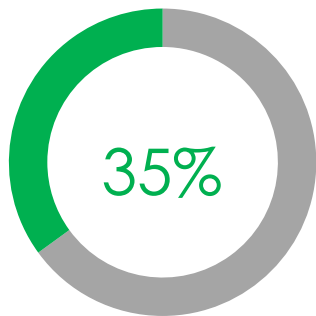
# | Sommaire

1. Formulation d'une raison d'être et société à mission
2. Formulation d'engagements et d'objectifs
3. Alignement avec des référentiels internationaux
4. Indicateurs clés de performance
5. Intégrations de critères RSE dans les objectifs des dirigeants
6. Vérification



# 1. Formulation d'une raison d'être et société à mission

# 35% des sociétés formulent une raison d'être et 9% l'ont inscrite dans leurs statuts



des sociétés du panel  
formulent explicitement  
une raison d'être

- La loi PACTE a encouragé la formulation d'une « raison d'être » par les entreprises françaises. Si la plupart des groupes avaient déjà des formules ou slogans présentant leur vision, ambition ou mission, **35 sociétés** du panel ont formulé en 2019 ou 2020 un **texte clairement présenté comme leur « raison d'être »**.
  - Les secteurs les plus représentés sont : énergie/environnement, grande consommation et services financiers.
  - Les formulations sont généralement courtes et accompagnées d'un **texte complémentaire** plus détaillé (ex. AXA, BNP Paribas, L'Oréal, Veolia...).
  - Certains groupes (ex. Icade, Orange, Suez...) communiquent sur le **processus d'implication de leurs parties prenantes** internes et externes dans le travail de formulation de leur raison d'être.
- Parmi elles, **9 l'ont intégrée dans leurs statuts** (ex. ADP, Atos, EDF, Engie, Orange...).
- **9 sociétés supplémentaires** indiquent avoir lancé une réflexion sur le sujet et **2 autres** font référence aux raisons d'être de leurs principales filiales.
- **Une seule société du panel (Danone) est devenue « société à mission »**, ce qui suppose notamment d'intégrer dans ses statuts une raison d'être et des objectifs sociaux et environnementaux et de se doter d'un comité de mission.

# Zoom sur les secteurs énergie/environnement et de la grande consommation

Secteur	Entreprise	Formulation de la raison d'être
<b>Energie / Environnement</b>	EDF	Construire un avenir énergétique neutre en CO2 conciliant préservation de la planète, bien-être et développement, grâce à l'électricité et à des solutions et services innovants
	Engie	La raison d'être d'ENGIE, c'est d'agir pour accélérer la transition vers une économie neutre en carbone, par des solutions plus sobres en énergie et plus respectueuses de l'environnement. Cette raison d'être rassemble l'entreprise, ses salariés, ses clients et ses actionnaires et concilie performance économique et impact positif sur les personnes et la planète. L'action d'ENGIE s'apprécie dans sa globalité et dans la durée.
	Suez	Fort de son expertise bâtie depuis la fin du XIXème siècle, SUEZ aide les femmes et les hommes à améliorer constamment leur qualité de vie, en préservant leur santé et en accompagnant le développement économique. (...) Fiers de leurs métiers et fortes de leurs valeurs, les équipes de SUEZ ancrées sur tous les territoires façonnent un environnement durable, dès maintenant.
	Veolia	La raison d'être de Veolia est de contribuer au progrès humain, en s'inscrivant résolument dans les Objectifs de développement durable définis par l'ONU, afin de parvenir à un avenir meilleur et plus durable pour tous. C'est dans cette perspective que Veolia se donne pour mission de « Ressourcer le monde », en exerçant son métier de services à l'environnement.
<b>Grande consommation</b>	Carrefour	Notre mission est de proposer à nos clients des services, des produits et une alimentation de qualité et accessibles à tous à travers l'ensemble des canaux de distribution. Grâce à la compétence de nos collaborateurs, à une démarche responsable et pluriculturelle, à notre ancrage dans les territoires et à notre capacité d'adaptation aux modes de production et de consommation, nous avons pour ambition d'être leader de la transition alimentaire pour tous.
	Danone	Apporter la santé par l'alimentation au plus grand nombre
	FnacDarty	Engagés pour un choix éclairé
	L'Oréal	Créer la beauté qui fait avancer le monde



# Zoom sur les secteurs immobilier et financier

Secteur	Entreprise	Formulation de la raison d'être
<b>Immobilier</b>	Covivio	Construire du bien-être et des liens durables
	Icade	Concevoir, Construire, Gérer et Investir dans des villes, des quartiers, des immeubles qui soient des lieux innovants, des lieux de mixité, des lieux inclusifs, des lieux connectés et à l'empreinte carbone réduite. Des lieux où il fait bon vivre, habiter, travailler.
<b>Services financiers</b>	AXA	Agir pour le progress humain en protégeant ce qui compte
	Société Générale	Construire ensemble, avec nos clients, un avenir meilleur et durable en apportant des solutions financières responsables et innovantes
	Crédit Agricole	Agir chaque jour dans l'intérêt de nos clients et de la société
	BNP Paribas	Nous sommes au service de nos clients et du monde dans lequel nous vivons. (...) Nous nous donnons les moyens opérationnels d'avoir un impact positif.

# Zoom sur les sociétés à mission

## Danone

La loi PACTE qui a introduit la qualité de société à mission permet à une société de faire publiquement état de la qualité de société à mission en précisant sa raison d'être ainsi qu'un ou plusieurs objectifs sociaux et environnementaux dans ses statuts. Chez Danone, les objectifs définis dans les statuts prennent souvent la forme d'engagements, déclinés hors statut en plusieurs indicateurs de suivi et cibles à atteindre.

### Objectifs dans les statuts

Une entreprise à mission est une entreprise dotée d'une 'Raison d'être' et d'objectifs sociaux, sociétaux et environnementaux associés, inscrits dans ses statuts et constituant sa 'Mission'.

Notre raison d'être, établie depuis 2005, est d'« apporter la santé par l'alimentation au plus grand nombre ».

Les objectifs sociaux et environnementaux qui constituent notre mission sont alignés sur les objectifs de développement durable des Nations Unies et recouvrent 4 dimensions :

- Améliorer la santé grâce à des produits plus sains et des marques qui encouragent de meilleures habitudes alimentaires.
- Préserver la planète et renouveler ses ressources, en soutenant l'agriculture régénératrice, en protégeant le cycle de l'eau et en renforçant l'économie circulaire des emballages, pour contribuer à la lutte contre le changement climatique.
- Construire le futur avec nos équipes, en lien avec notre modèle de gouvernance innovant 'Une Personne, Une Voix, Une Action', qui donne à chacun de nos salariés le pouvoir d'avoir un impact sur les décisions de l'entreprise.
- Promouvoir une croissance inclusive, en agissant pour l'égalité des chances au sein de l'entreprise, en accompagnant les acteurs les plus fragiles de notre écosystème et en développant des produits du quotidien accessibles au plus grand nombre.

### Déclinaisons d'un objectif en plusieurs indicateurs

Danone a pour objectif de concevoir tous ses emballages pour qu'ils soient 100 % recyclables, réutilisables ou compostables d'ici à 2025 (contre 81 % en 2019).

Danone élabore et met en œuvre des actions, procédures, outils et politiques visant à prévenir et réduire la survenance de ces risques. C'est le cas notamment de sa Politique Climat qui vise en particulier à réduire les émissions de gaz à effet de serre sur toute la chaîne de valeur, encourager des solutions "carbone positif", renforcer la résilience de ses cycles de l'eau et de l'alimentation, et éliminer la déforestation de sa chaîne d'approvisionnement d'ici à 2020. Dans le cadre de cette politique, Danone s'est engagée, en 2015, à atteindre la neutralité carbone sur l'intégralité de sa chaîne de valeur d'ici à 2050.

# Aller plus loin avec le MEDEF

## [Baromètre national de perception de la RSE en entreprise – Septembre 2020](#)

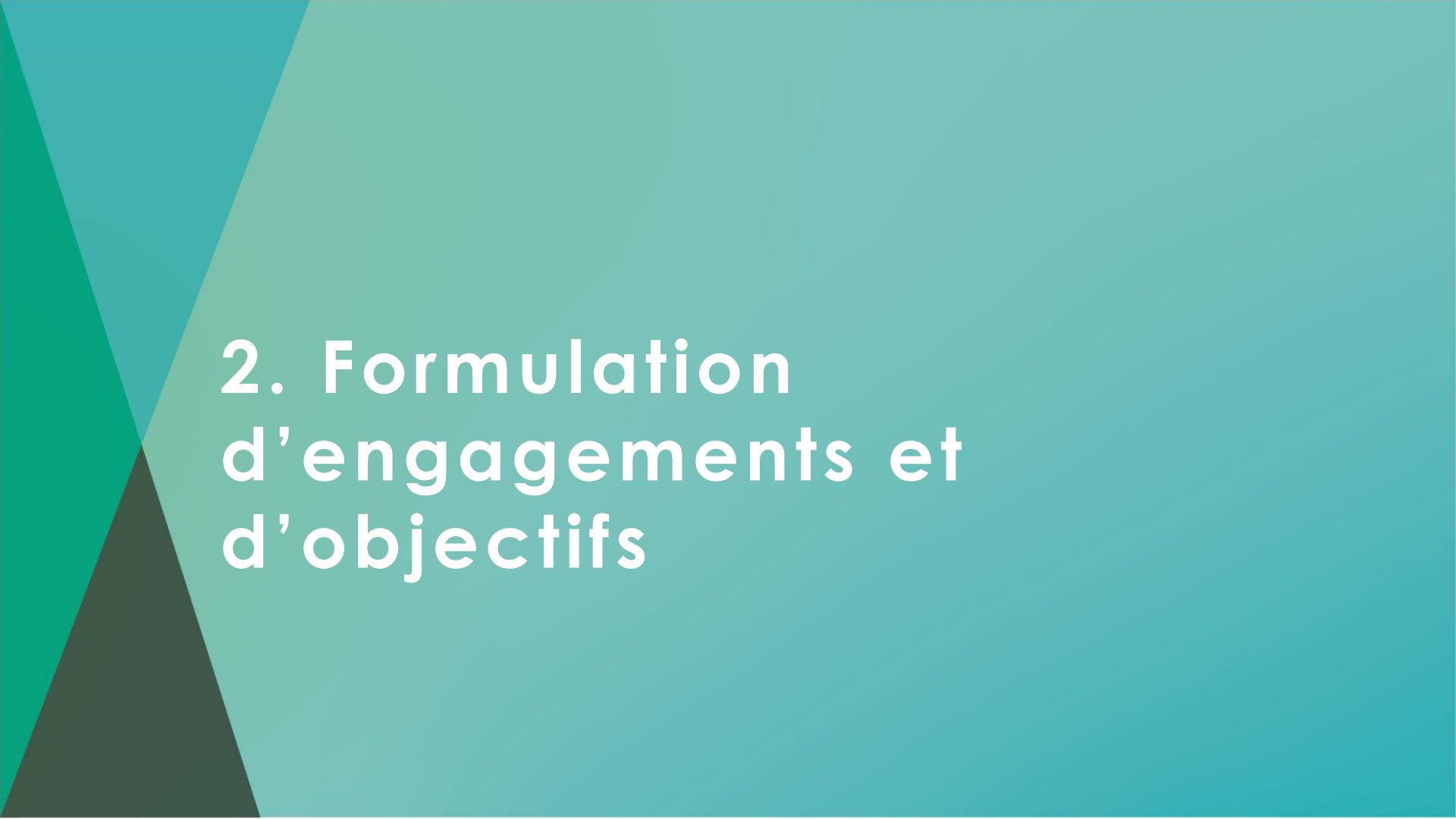
En 2020, seuls 4 salariés sur 10 pensent que leur entreprise a une mission (une raison d'être, un projet d'entreprise ou un slogan) qui exprime la façon dont elle entend jouer un rôle dans la société au-delà des seuls enjeux de prospérité économique.

Pour ceux qui la connaissent, cette mission a le plus souvent un objectif social (82%), mais aussi un objectif environnemental dans 64% des cas.



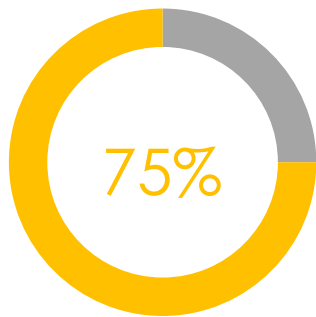
## [Guide pratique sur les mesures RSE dans la loi Pacte pour les TPE-PME – Mai 2020](#)

La loi Pacte, adoptée en mai 2019, a introduit le débat sur la contribution des entreprises à la société à travers plusieurs mesures relatives à la RSE. Ce guide sur les mesures RSE de la loi Pacte vise à donner aux dirigeants d'entreprises, en particulier des TPE et PME, les clés pour comprendre les dispositions RSE de la loi et leurs conséquences, et pour agir à l'aide d'outils concrets pour mettre en œuvre efficacement ces mesures RSE.



## 2. Formulation d'engagements et d'objectifs

# La part des sociétés formalisant une démarche RSE assortie d'objectifs quantitatifs est passée de 41% à 75% entre 2016 et 2020



des sociétés ont formalisé une démarche RSE pluriannuelle

contre 41% en 2016

(étude réalisée sur un panel différent mais comparable de grandes entreprises françaises)

- **75 entreprises** (sur les 100 du panel) ont formalisé une stratégie, une démarche ou une feuille de route RSE\* (ou développement durable) pluriannuelle à laquelle un nom spécifique est parfois associé (ex. Ingenico Group – *Share*, L'Oréal – *Sharing Beauty With All*, LVMH – *LIFE*, Plastic Omnium – *Act for All*, Sodexo – *Better Tomorrow 2025...*).
- La quasi-totalité de ces démarches ou feuilles de route RSE sont établies sur des durées de 3 à 5 ans. Des ambitions à plus long terme peuvent être également présentées, notamment en matière climatique (horizon 2030, 2040 ou 2050). 18 entreprises ont structuré tout ou partie de leur démarche à horizon 2020, ce qui suggère une révision prochaine de celle-ci.
- La RSE est clairement présentée comme partie intégrante des plans stratégiques à moyen-long terme par **26 sociétés** (ex. *Act for Food* au sein de Carrefour2022, le Projet Sociétal au sein du PMT2022 du Crédit Agricole, les engagements sur l'égalité numérique et l'environnement au sein d'Engage2025 d'Orange...).

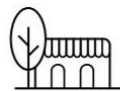
\*Seules les démarches ou feuilles de route RSE pluri-annuelles et multi-dimensionnelles assorties d'objectifs quantitatifs avec une échéance ont été retenues dans ce décompte.

# Zoom sur les démarches RSE

## Unibail Rodamco Westfield

Au travers de son programme *Better Places 2030* le Groupe met en avant trois grands engagements, notamment celui de réduire de moitié l'empreinte carbone du Groupe d'ici à 2030 (par rapport à 2015).

URW inclut la RSE à travers l'ensemble de sa chaîne de valeur en prenant en compte le périmètre étendu des émissions indirectes liées à la construction, aux déplacements des salariés et visiteurs et aux consommations énergétiques des locataires.



### BETTER SPACES

RÉDUIRE LES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE DE -50 % SUR TOUTE LA CHAÎNE DE VALEUR DU GROUPE

**-50%**

D'ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE SUR TOUTE LA CHAÎNE DE VALEUR DU GROUPE D'ICI 2030



### BETTER COMMUNITIES

ÊTRE UN CATALYSEUR DE CROISSANCE POUR NOS COMMUNAUTÉS

**100%**

DES ACTIFS DÉTENUS ET GÉRÉS PAR LE GROUPE DOTÉS D'UN PLAN LOCAL DE RÉSILIENCE D'ICI À 2020



### BETTER TOGETHER

DONNER AUX COLLABORATEURS LES MOYENS DE DEVENIR DES ACTEURS DU CHANGEMENT EN MATIÈRE DE DIVERSITÉ ET DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

**100%**

DES COLLABORATEURS AVEC DES OBJECTIFS RSE INDIVIDUELS ANNUELS D'ICI À 2020

# Zoom sur les démarches RSE

## BIC

A partir de ses engagements historiques, le Groupe a défini cinq grands engagements au sein de son approche nommée *Writing the Future, Together* et présente des objectifs pour chacun d'eux à horizon 2025 et les réalisations et résultats de l'année.

### 3.1.1.1 L'histoire du Programme BIC de Développement Durable



En s'appuyant sur les fondements de son Programme de Développement Durable (voir encadré page suivante) que sont l'étude de matérialité des enjeux, la prise en compte des Objectifs de Développement Durable de l'ONU, les retours d'expérience issus du Baromètre BIC de Développement Durable, mais aussi sur les exigences réglementaires, la consultation de parties prenantes et les enseignements tirés de *benchmarks* réguliers, le Groupe BIC a défini en 2017 des engagements ambitieux qui lui permettront de créer de la valeur sur le long terme au bénéfice de toutes ses parties prenantes.

La vision est exprimée dans la signature *Writing the Future, Together* portée par l'ambition du Groupe en matière de développement durable (voir § 3.1.1.2) et déclinée en cinq engagements. Ces engagements font partie intégrante de la stratégie :

- **#1 Favoriser l'innovation durable dans les produits BIC® :** d'ici 2025, l'empreinte environnementale et/ou sociale des produits BIC® sera améliorée ;
- **#2 Agir contre le changement climatique :** d'ici 2025, BIC utilisera 80 % d'électricité renouvelable ;
- **#3 S'engager pour la sécurité au travail :** d'ici 2025, BIC vise zéro accident sur ses sites ;
- **#4 Impliquer de manière proactive les fournisseurs :** d'ici 2025, BIC continuera à travailler de manière responsable avec ses fournisseurs stratégiques pour assurer l'approvisionnement le plus sûr, le plus innovant et le plus efficace ;
- **#5 S'investir pour une vie meilleure à travers l'éducation :** d'ici 2025, BIC améliorera les conditions d'apprentissage de 250 millions d'enfants à travers le monde.

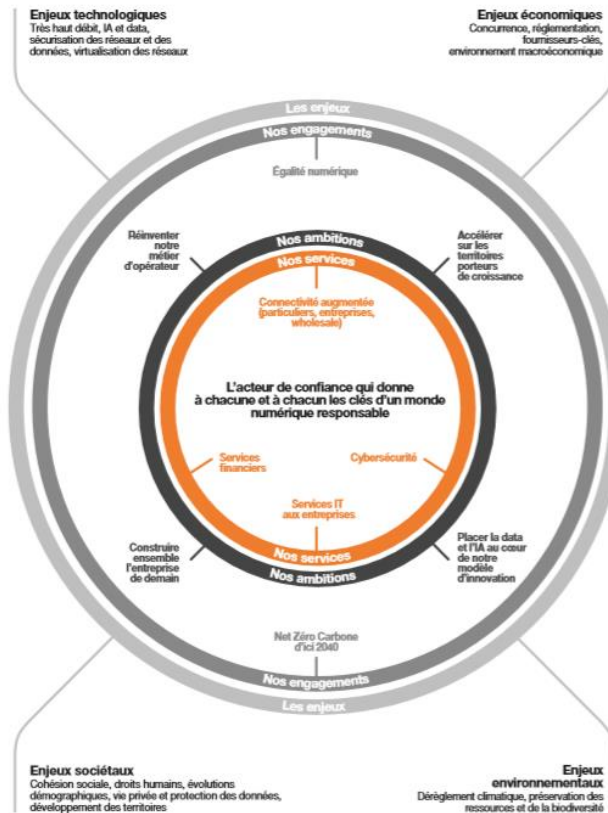
### 3.1.1.3 *Writing the Future, Together* – Tableau de bord d'avancement<sup>[DPEF]</sup>

WRITING THE FUTURE, TOGETHER					
5 engagements	Point d'étape 2019	Autres éléments de démarche et de performance	Pages	ODD <sup>(1)</sup>	Enjeux et risques RSE couverts <sup>(2)</sup>
#1 Favoriser l'innovation durable dans les produits BIC®	D'ici 2025, l'empreinte environnementale et/ou sociale des produits BIC® sera améliorée.	À fin 2019, le processus et les critères d'évaluation et d'amélioration des produits sont définis et alignés pour toutes les catégories de produits BIC®. 90 % <sup>(3)</sup> du portefeuille de produits BIC® évalués.	80	   	Qualité et sécurité des produits Respect des réglementations Produits responsables Consommation et dépendance aux matières premières [DPEF Risque 3] : risques liés à la sécurité des produits et santé-sécurité des consommateurs [DPEF Risque 1] : risques liés au plastique [DPEF Risque 2] : risques liés au changement climatique
		Le processus d'évaluation et d'amélioration des produits est porté par un logiciel dédié pour l'ensemble des produits BIC® existants et les développements à venir. Autres éléments de la démarche : <ul style="list-style-type: none"> <li>• 7,78 % des produits d'écriture BIC® sont fabriqués à partir de matériaux alternatifs ;</li> <li>• 6 % de plastiques recyclés entrent dans la fabrication des produits BIC® (Papeterie) ;</li> <li>• 19 produits BIC® sont labellisés NF Environnement ;</li> <li>• au moins 50 % des produits BIC® présentent des bénéfices environnementaux ;</li> <li>• à fin 2019, plus de 46 millions de stylos ont été collectés via TerraCycle.</li> </ul>			

# Zoom sur les démarches RSE

## Orange

Le groupe présente une vision intégrée de la RSE dans sa stratégie, partant de sa raison d'être et intégrant 2 engagements (Net Zéro Carbone d'ici 2040 et l'égalité numérique) dans son nouveau plan stratégique Engage2025.



## Engagement pour l'inclusion

Le 4 décembre 2019, Orange a lancé **Engage 2025**, son nouveau plan stratégique à horizon 2025. Ce nouveau plan prend la suite du plan Essentiels2020 lancé en 2015, qui a permis de renouer avec la croissance du chiffre d'affaires comme de l'EBITDAaL.

Le plan Engage 2025, qui conjugue croissance et responsabilité, est guidé par l'exemplarité sociale et environnementale et s'appuie sur quatre ambitions :

1. Réinventer le métier d'opérateur d'Orange ;
2. Accélérer sur les territoires porteurs de croissance ;
3. Placer la data et l'IA au cœur de son modèle d'innovation ;
4. Construire ensemble l'entreprise de demain.

Comme annoncé lors de l'Assemblée générale du 21 mai 2019, le Groupe s'est également doté d'une Raison d'être, dévoilée à l'occasion du lancement du plan Engage 2025 :

« Orange est l'acteur de confiance qui donne à chacune et à chacun les clés d'un monde numérique responsable ».

La raison d'être du Groupe a été co-construite avec l'ensemble de ses parties prenantes internes et externes : salariés, partenaires sociaux, administrateurs, ONG, clients, élus, investisseurs et leaders d'opinion. Elle sera soumise au vote des actionnaires lors de l'Assemblée Générale du 19 mai 2020, plus inscrite dans les statuts d'Orange. Pour plus d'informations, voir le chapitre 4 Performance extra-financière, section La Raison d'être d'Orange.

## Un engagement fort, guidé par l'exemplarité sociale et environnementale

Le Groupe souhaite se positionner sur un modèle d'entreprise engagée et responsable vis-à-vis de ses collaborateurs, de ses clients et de l'ensemble de la Société.

Sur les 4 milliards de personnes dans le monde qui n'ont pas accès à Internet, 3,2 milliards sont couvertes par des réseaux mais n'utilisent pas Internet, soit parce qu'elles n'en ont pas les moyens, soit parce qu'elles ne sont pas formées. La fracture numérique n'est donc pas qu'une question de couverture. En complément de ses ambitions pour la couverture numérique des territoires, Orange s'engage à former et accompagner les exclus du numérique pour que chacun puisse bénéficier de la révolution digitale. D'ici 2025, Orange a pour objectifs d'ouvrir un Orange Digital Center dans toutes les régions du Groupe et dans ses divisions opérationnelles en France, de proposer des offres destinées aux foyers à faible revenu en Europe – à l'image de l'offre « coup de pouce » en France ou « gigas solidarios » en Espagne, et de poursuivre ses efforts pour commercialiser des smartphones toujours plus abordables en Afrique Moyen-Orient.

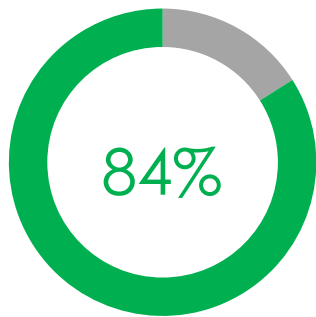
## Engagement environnemental

Face au défi climatique, le Groupe s'est fixé l'ambition d'anticiper de 10 ans les objectifs de la GSMA en étant net zéro carbone d'ici 2040, ceci malgré l'explosion des données sur les réseaux. Pour ce faire, il basera sur un recours accru aux énergies renouvelables, qui devraient représenter en 2025 plus de 50 % de son mix électrique, et un effort sans précédent d'efficacité énergétique. Pour réduire la consommation énergétique de ses réseaux, Orange prévoit également de renforcer son programme Green ITV, de multiplier par 10 le nombre de véhicules électrifiés en France et de s'appuyer davantage sur l'économie circulaire avec, par exemple, des produits éco-conçus, des équipements réseaux de seconde main et davantage de terminaux d'occasion disponibles dans les boutiques.

Pour plus d'informations, voir la section 2.2.4.4.1 Engagement d'Orange en matière environnementale.



# La très grande majorité des entreprises présentent des objectifs quantitatifs



des sociétés ont formulé au moins un objectif extra-financier quantitatif

- **84 entreprises sur 100 présentent au moins un objectif quantitatif :**
  - **77** ont des objectifs quantitatifs précis de réduction de leurs émissions de gaz à effet de serre (ex. baisse des émissions absolues ou relatives, engagement de neutralité carbone...) et/ou de recours aux énergies renouvelables ;
  - **47** en matière d'égalité femmes-hommes (ex. pourcentage de femmes managers ou de femmes en position de senior/top management...), hors engagement et obligations concernant les instances de gouvernance ;
  - **33** liés à la sécurité au travail (ex. niveau du taux de fréquence des accidents, objectif zéro-accident à échéance donnée...); **58%** des entreprises des secteurs industriels ont des objectifs liés à la sécurité au travail (ex. niveau du taux de fréquence des accidents, objectif zéro-accident à échéance donnée...);
  - **27** relatives à l'impact environnemental des produits et services (ex. part des produits éco-conçus ou labellisés, taux d'utilisation de matières recyclées, part du packaging recyclé...). **38%** des entreprises du secteur grande consommation ont des objectifs relatifs à l'impact environnemental des produits et services.
- Les sujets relatifs aux droits humains, à la biodiversité, aux achats et relations avec les fournisseurs ou encore à l'éthique des affaires et la lutte contre la corruption font moins souvent l'objet d'objectifs quantitatifs et, quand cela est le cas, ceux-ci concernent les moyens (ex. pourcentage de collaborateurs formés à tel sujet, déploiement dans les entités...).

# Zoom sur les engagements et objectifs

## Schneider Electric

Le Groupe a mis en place une feuille de route développement durable présentant des engagements chiffrés à horizon 2020, 2025, 2030 et 2050.

La démarche développement durable de Schneider Electric s'inscrit au sein de sa stratégie globale et repose sur l'objectif de zéro émission nette dans la chaîne logistique du Groupe à horizon 2050.

Un objectif de réduction de 35%, spécifique au scope 3, d'ici 2030 est également mis en avant.

## 2020

Atteindre les 21 objectifs du *Schneider Sustainability Impact* sur :

- Le climat
- L'économie circulaire
- La santé et l'équité
- L'éthique
- Le développement



## 2025

- Atteindre la neutralité carbone de ses opérations en compensant le reste de ses émissions
- Investir 10 milliards d'euros en R&D
- Ne plus utiliser de SF<sub>6</sub>
- Former 1 million de personnes défavorisées
- Faciliter l'accès à l'énergie pour 50 millions de personnes
- Soutenir 10 000 entrepreneurs
- Former 10 000 formateurs

## 2030



- Atteindre zéro émissions opérationnelles nettes et réduire les émissions du scope 3 de 35 % d'ici 2030 (par rapport à 2017) dans le cadre de son engagement *Science Based Targets 1,5°C*
- Consommer 100 % d'électricité renouvelable (RE100)
- Doubler la productivité énergétique (vs 2005) (EP100)
- Remplacer 100 % de sa flotte automobile par des véhicules électriques (EV100)
- Faciliter l'accès à l'énergie pour 80 millions de personnes

## 2050

- Collaborer avec ses fournisseurs pour atteindre zéro émission nette dans la chaîne logistique du Groupe
- Contribuer à des initiatives plébiscitant des activités durables telles que le Pacte Mondial des Nations unies

# Zoom sur les engagements et objectifs

## L'Oréal

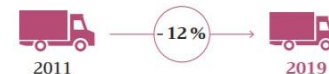
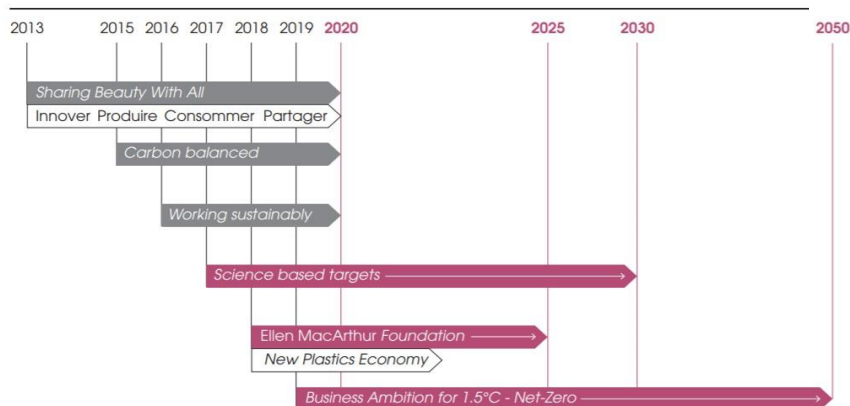
L'Oréal s'engage notamment, au sein de sa démarche *Sharing Beauty With All*, à réduire les émissions de gaz à effet de serre de ses scopes 1, 2 et 3 de 25% en valeur absolue d'ici à 2030 (année de référence 2016) et s'est fixé un objectif de réduction spécifique au scope 3 : réduire les émissions liées au transport des produits de 20% d'ici 2020.

Ces objectifs, validés par l'initiative SBT, s'intègrent à la stratégie RSE du Groupe et sur une feuille de route long terme qui vise à horizon 2050 la neutralité carbone.

**Engagements Science Based Targets**

D'ici à 2025, 100 % des emballages en plastique du Groupe seront rechargeables, réutilisables, recyclables ou compostables

L'Oréal s'engage à réduire les émissions de gaz à effet de serre de ses scopes 1,2 et 3 de **25 % en valeur absolue d'ici à 2030**



(en valeur absolue : tonnes équivalent CO<sub>2</sub> à périmètre constant selon le GHG Protocol)

Le transport des produits a émis 434 293 tonnes équivalent CO<sub>2</sub> en 2019, ce qui représente 0,0243 g CO<sub>2</sub>/unité de vente/km.



# Zoom sur les engagements et objectifs

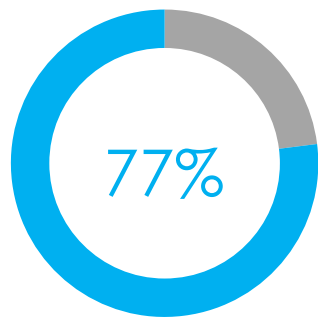
## Groupe Bel (Unibel)

Le Groupe présente dans sa DPEF une série d'objectifs et des KPIs associés à horizon 2025.

LES OBJECTIFS DE BEL	KPI	2025
Travailler vers Zéro accident sur les sites.	TFA (Taux de Fréquence des Accidents) Bel.	3,0
Promouvoir la diversité Hommes-Femmes.	Part de femmes dans le Top management.	40%
Développer les talents de ses collaborateurs.	Collaborateurs ayant suivi une formation durant l'année.	100%
Promouvoir des bonnes pratiques sociales et environnementales auprès de ses fournisseurs.	Score moyen « EcoVadis » des fournisseurs (sur 100).	55,0
Contribuer à améliorer la qualité de vie et les conditions de travail des éleveurs partenaires.	Éleveurs ayant accès à des modèles sociétaux innovants.	100%
Encourager une alimentation sans OGM pour les vaches qui produisent le lait.	Lait provenant de vaches nourries avec une alimentation sans OGM.	100%

LES OBJECTIFS DE BEL	KPI	2025
Améliorer de façon continue la qualité nutritionnelle de ses produits.	Portefeuille produits enfants et familles respectant les critères « Bel Nutri+ ».	80%
Encourager des habitudes de consommation et modes de vie sains.	Pays majeurs ayant mis en place un programme à destination des consommateurs (« Educanut »).	10
	Nombre de filiales ayant mis en place un programme à destination des employés (« Healthy Smiles »).	30
Renforcer l'accessibilité de ses produits	Nombre de villes où le programme « Sharing Cities » est actif	30%
Travailler vers des emballages 100 % prêts au recyclage et/ou biodégradables.	Emballages prêts au recyclage et/ou biodégradables.	100%
Préserver les écosystèmes naturels et lutter contre la déforestation via sa chaîne d'approvisionnement	Impact des politiques d'approvisionnement (Surface zéro risque de conversion / surface cultivée totale).	100%
Réduire l'empreinte carbone globale pour répondre aux ambitions de l'Accord de Paris.*	Bilan carbone global (kg éq.CO <sub>2</sub> /tonne produite.	- 27,5% **

# La fixation d'objectifs précis à moyen et long terme en matière de climat se généralise



des sociétés ont fixé des objectifs quantitatifs relatifs au climat (réduction des émissions de GES ou recours aux ENR)

- **77 entreprises** présentent des objectifs quantitatifs en matière de réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES) dont **4** relatifs uniquement au recours aux énergies renouvelables (ENR). Au sein des secteurs immobilier, *oil and gas*, énergie et *utilities*, aéronautique et défense, toutes les entreprises ont formulé des objectifs quantitatifs relatifs à la réduction des émissions de gaz à effet de serre.
- Parmi les 77 entreprises concernées :
  - **56** communiquent sur des **objectifs chiffrés à plus de 3 ans**, en grande majorité à 2025 (17 entreprises) ou à 2030 (33 entreprises).
  - **14** présentent explicitement une ambition de **neutralité carbone** ou de « zéro émission nette » à long terme (notamment 5 à horizon 2030 et 7 à horizon 2050) – ex. ADP à 2030, Orange à 2040, Suez à 2050.
  - **16** communiquent leurs engagements avec une **double échéance** : une ambition ou des objectifs à moyen ou long terme (2030, 2040 ou 2050) et des objectifs à court ou moyen terme (2022, 2023, 2025 ou 2030) - Ex. Danone avec neutralité à 2050 et -50% en intensité scopes 1 à 3 et -30% en absolu sur scopes 1&2 à 2030.

# Zoom sur quelques engagements climat

Entreprise	Ambition	Extraits (non exhaustifs) des objectifs et feuilles de route
<b>Aéroports de Paris</b>	Neutralité carbone en 2030	Neutralité carbone (émissions internes scope 1 et 2 ainsi que les émissions liées aux déplacements professionnels des salariés comptabilisées dans le scope 3), et mise en œuvre de la compensation des émissions résiduelles
<b>Danone</b>	Neutralité carbone d'ici à 2050 sur l'ensemble de la chaîne de valeur	En 2017, les objectifs de réduction des émissions de Danone ont été approuvés par l'initiative Science-Based Targets (SBTi) : • réduire les émissions de Danone de 50 % en intensité sur son périmètre de responsabilité élargi (scopes 1, 2 et 3) entre 2015 et 2030 ; • réduire les émissions de Danone de 30 % en valeur absolue sur les scopes 1 et 2 entre 2015 et 2030. En 2019, Danone s'est engagée à définir des objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre en ligne avec le scénario climatique 1,5°C (...). Danone construit actuellement cette nouvelle trajectoire avec l'initiative SBT.
<b>Mercialys</b>	Inscrire son activité dans une trajectoire carbone compatible 2°C	La stratégie climat de Mercialys, entre 2017 et 2030, s'articule autour des 4 objectifs suivants: réduire de - 47 % les émissions des scopes 1 et 2 par m2 en méthode market-based (1) ; réduire de - 46 % les émissions liées aux consommations d'énergie des locataires par m2; réduire de - 26 % les émissions liées aux déplacements des collaborateurs ; réduire de - 26 % les émissions de gaz à effet de serre liées au traitement des déchets
<b>Publicis Groupe</b>	Neutralité carbone en 2030	Réduction de tous les impacts directs des agences de plus de 40 % avant 2030 Atteindre 100 % de l'énergie consommée issue directement de sources renouvelables avant 2030 Couvrir 100 % des impacts incompressibles par des mécanismes de compensation dès que possible avant 2030

# Zoom sur quelques engagements climat

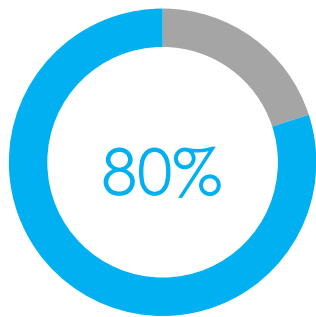
Entreprise	Ambition	Extraits (non exhaustifs) des objectifs et feuilles de route
<b>Edenred</b>	Réduction des émissions de GES à 2022 et 2030	En suivant la méthodologie sectorielle de Science Based Target initiative, des objectifs de réduction des émissions de GES par surface occupée à moyen et long termes ont été fixés pour atteindre 26% de réduction par rapport à 2013 d'ici 2022 et 52% de réduction d'ici 2030.
<b>Klépierre</b>	Neutralité Carbone de 5 centres commerciaux en 2022	Engagement des cinq plus grands centres commerciaux de notre portefeuille à parvenir à la neutralité carbone d'ici à 2022. (...) Ces centres (...) constituent un échantillon représentatif au vu de leurs conditions climatiques, de leur mix énergétique et de leur ancienneté, et offrent donc au Groupe un terrain d'expérimentation propice, avec, en ligne de mire, la neutralité carbone de l'ensemble des actifs de son portefeuille.
<b>Korian</b>	Réduction de 40 % des émissions de gaz à effet de serre à l'horizon 2030	Nous avons l'objectif : de réduire l'empreinte carbone générée par le parc immobilier du Groupe de 40 % en 2030 ; de réduire de 5 % la volumétrie des déchets produits d'ici 2023 ; de labelliser, selon les labels pays équivalents au label HQE, tout nouveau bâtiment construit à compter de 2020.
<b>Orange</b>	Net zéro carbone en 2040	Nous nous engageons sur des jalons en 2025 : - d'ici 2025, nous aurons réduit de 30% nos émissions de CO2 par rapport à 2015, - en 2025, les énergies renouvelables représenteront plus de 50% du mix énergétique du Groupe (contre 18% aujourd'hui), - en 2025, 100% des produits Orange, en particulier les box, auront été inscrits dans une démarche d'éco-conception.
<b>Suez</b>	Neutralité Carbone à l'horizon 2050	Réduire de plus de 45 % les émissions de GES sur l'ensemble du périmètre d'activité en 2030 Faire éviter à nos clients l'émission de plus de 20 millions de tonnes de GES par an d'ici 2030



### 3. Alignement avec les référentiels internationaux



## Les ODD et la TCFD deviennent incontournables



des sociétés inscrivent  
leur démarche dans le  
cadre des ODD

- **80 entreprises** font clairement référence dans leur DPEF aux **Objectifs de Développement Durable (ODD) de l'ONU**, le plus souvent (pour 63 entreprises) en reprenant les objectifs pertinents qui les concernent. 38 entreprises présentent des informations sur leurs impacts ou contributions aux ODD (ou certains d'entre eux).
- **63 entreprises** s'inscrivent dans le cadre proposé par la **Task force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD)** en matière d'informations sur le climat.
  - 34 font référence aux quatre dimensions de la TCFD (gouvernance, stratégie, gestion des risques, indicateurs & objectifs) et se déclarent alignées avec la TCFD ;
  - 16 abordent au moins deux de ces dimensions et assument un alignement partiel ;
  - 13 traitent uniquement des éléments relatifs à la dimension « indicateurs & objectifs ».
- **46 entreprises** présentent une table de concordance avec les lignes directrices de la **Global Reporting Initiative (GRI)**.
- **2 entreprises** présentent un alignement avec le **Sustainability Accounting Standards Board (SASB)** via un tableau spécifique détaillé et reprenant les informations sectorielles applicables, bien que 15 évoquent le SASB comme cadre de référence utilisé ou consulté.

# Zoom sur les ODD

**Tendance à suivre**  
Les ODD s'imposent comme le principal cadre de référence international, sur les enjeux de développement durable, voire dans certains cas comme structure pour restituer les engagements et les impacts de l'entreprise au regard de chaque objectif (ex. Publicis Groupe ci-contre).

## Publicis Groupe

### 4.8 OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Au regard des Objectifs de Développement Durable (ODD) des Nations Unies, le Groupe évalue sa contribution sur 10 d'entre eux (en couleur pleine) car alignées avec la stratégie de l'entreprise.

ODD	Parmi les objectifs-cibles suivis	Actions mises en place et indicateurs	Évolution et dispositifs
ODD 2 – Pain Zéro	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lutter contre le gaspillage alimentaire ;</li> <li>Favoriser une meilleure nutrition et encourager une agriculture durable.</li> </ul>	Encouragement des salariés à se mobiliser individuellement en faveur de l'ODD 2, dans le cadre de Common Ground, et à coopérer avec des clients, partenaires ou fournisseurs pour un impact plus fort. 30 projets locaux ont été engagés en 2019. Voir sur <a href="http://www.publicisgroupeonetable.com">www.publicisgroupeonetable.com</a>	Soutien en compétences auprès de 220 ONGs depuis 2016
ODD 3 – Bonne Santé et bien-être	<ul style="list-style-type: none"> <li>Assurer une protection médicale aux salariés ;</li> <li>Veiller au bien-être des équipes sur leur lieu de travail en agence.</li> </ul>	99 % des salariés du Groupe bénéficient d'une couverture médicale santé, avec la possibilité d'en faire bénéficier le conjoint et les enfants. Plusieurs agences du Groupe - dont tout le Royaume-Uni ont débuté un vaste plan de prévention en faveur de la santé mentale.	Couverture de soins améliorée
ODD 4 – Éducation de qualité	<ul style="list-style-type: none"> <li>Faciliter l'accès équitable à la formation ;</li> <li>Veiller à l'employabilité des salariés ;</li> <li>Améliorer le niveau de compétences et des expertises.</li> </ul>	69,8 % des salariés formés. Plus de 1 112 600 heures de programmes ont eu lieu (2,6 h per capita). Différentes actions sont en place pour recruter des profils plus diversifiés en termes d'origines et de parcours.	Publicis Learning Platform accessible à tous les salariés 24/24, en 13 langues.
ODD 5 – Égalité entre les sexes	<ul style="list-style-type: none"> <li>Approche volontariste en faveur de la diversité des équipes ;</li> <li>Engagement pour l'égalité hommes-femmes ;</li> <li>Poursuivre de la lutte contre toutes les formes de discriminations.</li> </ul>	Objectif 40 % de femmes pour les dirigeants-clés. Suivi de l'égalité salariale : publication au Royaume-Uni du Gender Pay Gap Reporting (8 agences) ; Publication des Index Égalité Femmes-hommes en France (15 agences avec des notes supérieures à 95/100). Poursuite de nombreux programmes internes en faveur de la mixité et de la diversité. Réaffirmation de la politique « Zero Tolerance » à l'égard des discriminations sous toutes leurs formes, du harcèlement sexuel et des conduites inappropriées.	38,3 % de femmes dirigeantes-clés Efforts à poursuivre pour les femmes Head of Creation et Head of Data, et Head of Tech, tous sur à 30 %.
ODD 8 – Travail décent et croissance économique	<ul style="list-style-type: none"> <li>Participer à la création d'emplois directs ;</li> <li>Veiller à une réelle égalité des chances.</li> </ul>	Le Groupe emploie directement 83 235 salariés dans le monde, représentant une charge de personnels de 6,073 millions d'euros. Principe d'égalité des chances - Equality of chance (ou Rooney Rule) à été renforcé dans les plans d'action en faveur de la diversité (recrutement, promotion, succession...).	Effort soutenu en matière d'égalité des chances pour recruter et promouvoir des profils plus variés
ODD 10 – Inégalités réduites	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lutter contre le travail forcé, le travail des enfants, la traite des êtres humains, en y associant les fournisseurs.</li> </ul>	Signataire du Pacte Mondial des Nations Unies depuis 2003, et signataire en 2018 des sept WEPs (UN Women). Réaffirmation d'un attachement aux luttes contre le travail forcé, le travail des enfants, la traite des êtres humains et l'esclavage moderne. Plan de vigilance engagé pour améliorer le suivi des fournisseurs sur ces sujets.	Renforcement du suivi RSE des fournisseurs avec les nouvelles CSR for Business Guidelines
ODD 12 – Consommation et production responsables	<ul style="list-style-type: none"> <li>Participer à la prise de conscience des enjeux de développement durable ;</li> <li>Faire évoluer les comportements vers une consommation plus durable.</li> </ul>	Accompagner nos clients dans leurs projets de développement durable fait partie intégrante de l'offre de services, afin d'informer et d'encourager les changements de comportements des consommateurs, clients-citoyens de plus en plus attentifs sur ces sujets. Sensibilisation interne des salariés à de bonnes pratiques et éco-gestes afin de réduire tous nos impacts directs	Utilisation des méthodes d'auto-conception Objectifs 2030 en cours d'évaluation par SBTi (Sc. 1.5*)

ODD	Parmi les objectifs-cibles suivis	Actions mises en place et indicateurs	Évolution et dispositifs
ODD 13 – Mesures pour la lutte contre le changement climatique	<ul style="list-style-type: none"> <li>Réduire des consommations et des impacts directs ;</li> <li>Participer à la préservation des ressources naturelles.</li> </ul>	La politique environnementale du Groupe « Consommer moins et mieux » en place depuis 10 ans a permis une réduction de 43% de l'intensité carbone per capita. En rejoignant SBTi (Science Based Targets Initiative), le groupe va définir dès que possible ses nouveaux objectifs pour les 10 prochaines années en suivant le scénario à 1,5°.	Objectifs : 100 % ENR avant 2030. Neutralité carbone dès que possible avant 2030.
ODD 16 – Paix, justice et institutions efficaces	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promouvoir l'état de droit ;</li> <li>Lutter contre la corruption.</li> </ul>	Le Groupe est un défenseur des droits de l'Homme et des libertés individuelles fondamentales. Parmi les principes éthiques du Groupe, la lutte contre la corruption, contre la fraude et contre les conflits d'intérêts, ont toujours été centraux, comme le principe « Zero Tolerance » à l'égard de toute forme de discrimination, harcèlement ou violence. La formation des équipes aux évolutions légales est centrale. Le Plan de vigilance permet d'étendre le suivi RSE aux fournisseurs du Groupe et des agences.	Mise en place de PAISS pour une auto-évaluation RSE de tous les fournisseurs.
ODD 17 – Partenariats pour la réalisation des ODD	<ul style="list-style-type: none"> <li>Poursuivre les coopérations avec les différentes organisations en mettant nos compétences à leur service ;</li> <li>Faire rayonner des projets à impacts positifs.</li> </ul>	Au sein de Common Ground regroupant les 6 grands groupes mondiaux de communication qui mettent leurs compétences au service de six ODD, Publicis Groupe a monté un programme dédié autour de l'ODD 2 (Zero Hunger), intitulé One Table. Le Groupe participe à différentes initiatives plur-entreprises comme les Daring Circles ou Women's Forum agissant en faveur des ODD.	Mécénat de compétences, pro bono et bénévolat pour 220 projets liés à l'ODD2 depuis 2016.



# Zoom sur les ODD

## Carrefour

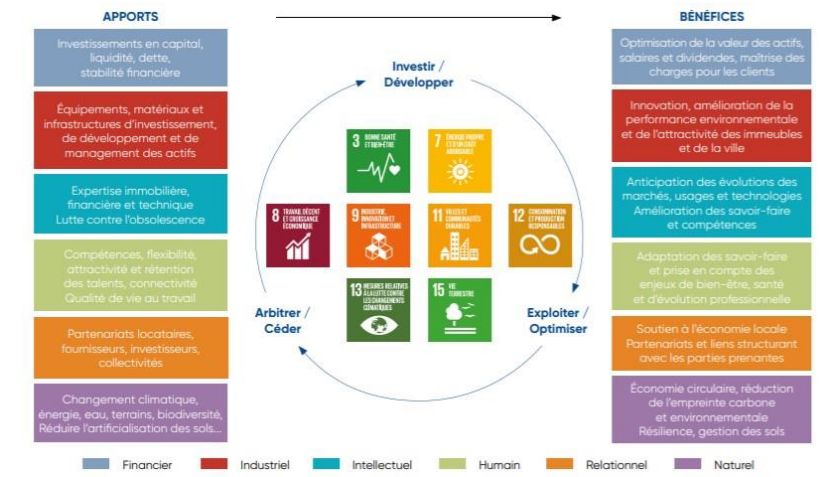
Parmi les 17 objectifs de développement durable (ODD), le groupe détaille pour 7 d'entre eux, considérés comme ceux les plus matériels au regard de ses activités, ses engagements et ses objectifs chiffrés.



# Zoom sur les ODD

## Covivio

Le groupe présente également une sélection de 8 ODD considérés comme majeur en fonction de son activité. La contribution aux ODD s'accompagne d'objectifs (« cibles »), s'intègre à la politique RSE du Groupe, et présentée dans le modèle d'affaires de l'entreprise.



### L'APPROPRIATION DES 8 ODD MAJEURS PAR COVIVIO

Les pages qui suivent montrent comment les actions conduites par Covivio contribuent positivement à ces huit ODD ainsi qu'à neuf autres avec des impacts variables, ainsi qu'à neuf autres avec des impacts variables.

#### 3 - BONNE SANTÉ / BIEN-ÊTRE

Délivrer aux occupants des immeubles de Covivio comme à ses propres salariés, des locaux privilégiant le confort et l'agencement de vie en s'appuyant notamment sur des choix de matériaux, d'aménagement et d'optimisation des surfaces, qui ont un impact positif sur le bien-être, la capacité de travail, l'attractivité des talents et finalement la santé.

Exemple de cible :

39 - D'ici à 2030, réduire nettement le nombre de décès et de maladies dus à des substances chimiques dangereuses, à la pollution et à la contamination de l'air, de l'eau et du sol. (p. 60)

#### 7 - ÉNERGIE PROPRE ET D'UN CÔÛT ABORDABLE

Mener une politique ambitieuse de réduction des consommations d'énergie (certifications des immeubles, contrats d'électricité verte, etc.) et participer à des groupes de travail pour intégrer progressivement dans les immeubles des solutions concrètes aux défis liés à la transition énergétique.

Exemple de cible :

72 - D'ici à 2030, accroître nettement la part de l'énergie renouvelable. (p. 52)

#### 8 - TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE

Participer au dynamisme et à l'essor économique des territoires en soutenant plusieurs milliers d'emplois, en Europe au travers de ses différents métiers.

Exemple de cible :

85 - D'ici à 2030, parvenir au plein emploi productif et garantir à toutes les femmes et à tous les hommes, y compris les jeunes et les personnes handicapées, le travail décent et un salaire égal pour un travail de valeur égale. (p. 102)

#### 9 - INDUSTRIE, INNOVATION ET INFRASTRUCTURE

S'inscrire dans une logique de ville plus durable et résiliente en concevant et innovant ses immeubles de la manière la plus circulaire et socialement acceptable possible, tout en prenant en compte l'environnement et les parties prenantes et en soutenant l'innovation au sein de la chaîne de valeur.

Exemple de cible :

91 - Mettre en place une infrastructure de qualité, fiable, durable et résiliente, y compris une infrastructure régionale et transfrontière, pour favoriser le développement économique et le bien-être de l'être humain, en mettant l'accent sur un accès universel, à un coût abordable et dans des conditions d'équité. (p. 40)

#### 11 - VILLES ET COMMUNAUTÉS DURABLES

Créer un immobilier responsable et promouvoir une ville plus résiliente et inclusive en étant acteur de la construction et de la croissance de grandes métropoles européennes.

Exemple de cible :

116 - D'ici à 2030, réduire l'impact environnemental négatif des villes par habitant, y compris en accordant une attention particulière à la qualité de l'air et à la gestion, notamment municipale, des déchets. (p. 58)

#### 12 - CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES

S'engager, via les activités de développement et de gestion d'actifs, ainsi que via la chaîne fournisseurs, à produire et consommer de manière responsable.

Exemple de cible :

126 - Encourager les entreprises, en particulier les grandes et les transnationales, à adopter des pratiques viables et à intégrer dans les rapports qu'elles établissent des informations sur la durabilité. (p. 81)

#### 13 - MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES

Adopter une vision globale pour réduire l'empreinte carbone et celle des immeubles, à chaque stade de leur cycle de vie.

Exemple de cible :

132 - Incorporer des mesures relatives aux changements climatiques dans les politiques, les stratégies et la planification nationales. (p. 34-36)

#### 15 - VIE TERRESTRE

S'engager en faveur de la lutte contre l'étalement urbain, la préservation de la biodiversité, l'émergence de l'économie circulaire, etc., en s'appuyant sur un plan d'action partagé à l'échelle européenne.

Exemple de cible :

155 - Prendre d'urgence des mesures énergétiques pour réduire la dégradation du milieu naturel, mettre un terme à l'appauvrissement de la biodiversité et, d'ici à 2020, protéger les espèces menacées et prévenir leur extinction. (p. 76)

# Zoom sur les ODD

## Worldline

Le groupe a formalisé sa contribution aux ODD et les a intégré dans sa stratégie RSE. Worldline a ainsi entrepris une évaluation afin de mesurer sa contribution à tous les ODD au moyen d'une analyse à deux niveaux :

- d'un point de vue externe, à travers la durabilité de ses offres ; et
- d'un point de vue interne, à travers ses opérations et l'ensemble de la chaîne de valeur.

Exemples de contributions externes de Worldline aux ODD à travers ses offres durables :

<p><b>16 PAIX, JUSTICE ET INSTITUTIONS EFFICACES</b></p> <p>Les solutions Fraud Risk Management, E-banking ou Acquiring Processing de Worldline permettent de réduire la fraude et les risques de complaisance et de se prémunir contre les cyber-attaques.</p>	<p><b>8 TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE</b></p> <p>En rendant le paiement plus simple grâce à des modèles économiques digitaux flexibles, les solutions Payment Acceptance, Retail et Digital Retail de Worldline contribuent à la création de valeur économique pour les clients grâce à des temps de mise sur le marché plus rapides et une réduction des coûts.</p>	<p><b>9 INDUSTRIE, INNOVATION ET INFRASTRUCTURE</b></p> <p>En rendant les services de paiement accessibles aux petits industriels et commerçants, les solutions Commercial Acquiring et Acquiring Processing de Worldline favorisent le développement de réseaux de commerçants et leur intégration dans la chaîne de valeur et sur le marché.</p>	<p><b>11 VILLES ET COMMUNAUTÉS DURABLES</b></p> <p>En garantissant l'accès à des services de paiement bancaires, innovants et sécurisés, les offres de Worldline contribuent à la satisfaction de ses parties prenantes. L'offre e-ticketing donne accès à des transports sûrs et durables.</p>	<p><b>12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES</b></p> <p>Les solutions de services en ligne, de Cloud ou de dématérialisation de Worldline offrent des avantages en matière de lutte contre le changement climatique tels que la réduction du recours au papier, la suppression de déplacements pour accéder aux services ou encore l'optimisation de la consommation énergétique.</p>
---	--	--	---	---

Exemples de contributions internes de Worldline aux ODD :

<p><b>3 BONNE SANTÉ ET BIEN-ÊTRE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Programme de bien-être et travail wellbeing@worldline</li> <li>Initiatives sociales</li> <li>Santé et sécurité</li> <li>Flexibilité au travail</li> <li>Protection sociale</li> </ul>	<p><b>4 ÉDUCATION DE QUALITÉ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Initiatives sociales</li> <li>Plan de formation des collaborateurs</li> <li>Programme learning@worldline</li> </ul>	<p><b>5 ÉGALITÉ ENTRE LES SEXES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Programme Égalité Hommes/Femmes</li> <li>Politique en faveur de la Diversité</li> </ul>	<p><b>12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Chaîne d'approvisionnement durable</li> <li>Évaluation des fournisseurs</li> <li>Politique en faveur de la mobilité douce</li> <li>Politique de gestion des déchets</li> </ul>	<p><b>13 MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Stratégie Climat</li> <li>Programme de réduction de notre empreinte carbone</li> <li>Engagements et politique environnementale</li> </ul>	<p><b>16 PAIX, JUSTICE ET INSTITUTIONS EFFICACES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Code éthique</li> <li>Politique en matière de protection des données personnelles</li> <li>Binding Corporate rules</li> <li>PCI DSS</li> <li>Éthique de notre chaîne d'approvisionnement</li> </ul>
---	---	--	--	---	---

Au regard de ses activités, Worldline a décidé de concentrer ses efforts sur les cinq ODD les plus pertinents sur lesquels l'entreprise a un impact majeur et pour lesquels elle peut optimiser sa contribution :

<p><b>16 PAIX, JUSTICE ET INSTITUTIONS EFFICACES</b></p>	<p><b>8 TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE</b></p>	<p><b>13 MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES</b></p>	<p><b>12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES</b></p>	<p><b>4 ÉDUCATION DE QUALITÉ</b></p>
--	---	--	--	--------------------------------------

### FINANCIER

- Investisseurs et actionnaires
- 6,9% de croissance organique
  - 25,3% de profitabilité (EBO)



### MANUFACTURIER

- Fournisseurs et clients
- Score de qualité de 9 871/9 875 - Disponibilité du service et temps de réponse contractuels
  - 45,2% des fournisseurs stratégiques évalués par EcoVadis



### INTELLECTUEL

- Clients
- 97,6 M€ d'investissement en R&D
  - ~ 150 brevets dans notre portefeuille



### HUMAIN

- Employés
- 63% de satisfaction GPTW®
  - 89,50% de satisfaction en matière de formation



### SOCIAL ET RELATIONNEL

- Clients, communautés, organismes publics
- 8,2/10 de satisfaction clients
  - 0 amende importante pour non-conformité
  - 79% des dépenses en achats locaux
  - 1,51 M€ de contribution sociale



### RESSOURCES NATURELLES

- Communautés, organismes publics
- Eco-efficacité dans nos data centers
  - 100% des offres neutres en CO<sub>2</sub>
  - 90% d'électricité renouvelable
  - Économie circulaire





# Zoom sur la TCFD

## Tendance à suivre

L'alignement avec les lignes directrices de la TCFD se généralise au sein des grands groupes via une publication spécifique (ex. BNP Paribas, Société Générale...) ou un tableau de correspondance renvoyant aux parties de la DPEF ou d'autres supports décrivant la gouvernance, la stratégie, la gestion des risques et les indicateurs et objectifs en matière de climat (ex. Danone ci-contre).

## Danone

### Focus – Alignement avec les recommandations de la Taskforce on Climate-related Financial Disclosures (TCFD)

Les communications de Danone relatives au changement climatique sont en ligne avec les recommandations émises par la TCFD. La table de concordance ci-après permet d'identifier les principales informations du présent Document d'Enregistrement Universel liées à ces recommandations.

	Paragraphes
<b>Gouvernance</b>	
a. Supervision par le Conseil d'administration des risques et opportunités relatifs au climat	6.1
b. Rôle de la direction dans l'évaluation et la gestion des risques et opportunités relatifs au climat	5.1, 5.3, 6.1
<b>Stratégie</b>	
a. Risques et opportunités relatifs au climat identifiés à court, moyen et long termes	2.6
b. Impact des risques et opportunités relatifs au climat sur les activités, la stratégie et les prévisions financières de l'Entreprise	5.1
c. Résilience de la stratégie de l'Entreprise, tenant compte de différents scénarios relatifs au climat y compris un scénario 2°C ou moins	5.3
<b>Gestion des risques</b>	
a. Procédures pour identifier et évaluer les risques relatifs au climat	5.1
b. Procédures pour gérer les risques relatifs au climat	5.1
c. Intégration des procédures pour identifier, évaluer et gérer les risques relatifs au climat dans la gestion globale des risques de l'Entreprise	2.7
<b>Indicateurs et objectifs</b>	
a. Indicateurs utilisés pour évaluer les risques et opportunités relatifs au climat, en ligne avec la stratégie et la procédure de gestion des risques de l'Entreprise	5.1, 5.3
b. Émissions des gaz à effet de serre des scope 1, scope 2, et scope 3, et les risques associés	5.3, 5.6, 5.7
c. Objectifs utilisés pour gérer les risques et/ou opportunités relatifs au climat et la performance de l'Entreprise vis-à-vis de ses objectifs	5.3, 6.4

# Zoom sur la TCFD

## Covivio

Covivio aligne sa stratégie climat avec les recommandations de la TCFD et publie une double page qui présente sa stratégie, sa gouvernance, sa gestion des risques et les indicateurs et objectifs que le Groupe s'est fixé.

**Stratégie**

- Risques liés au climat

Risques	Description des risques	Impact financier potentiel	Stratégie Covivio	Indicateurs suivis
<b>Risques physiques</b>				
<b>Extrêmes (moyen terme)</b>				
Phénomènes climatiques : • Tempêtes • Crues • Incendies • Inondations • Sécheresse	Destruction matérielle y compris destruction d'actifs.	<b>Construction :</b> • Perte d'actifs • Coûts de réparation ou remplacement	Adaptation progressive du patrimoine	Reporting sur les risques environnementaux
	Blocage de transport.	• Retards de construction <b>Exploitation :</b> • Perte d'actifs • Interruption d'activité	Études de résiliences ciblées Choix de localisation Arbitrage	
Variations de températures : • Vague de chaleur • Vague de froid	Perte de confort thermique.	<b>Construction :</b> • Dimensionnement des installations chaud/froid • Coûts supplémentaires.	Analyse du dimensionnement des équipements/ installations	Part des actifs certifiés Consommation énergétique Émissions de CO <sub>2</sub>
	Risque pour la santé des locataires.	<b>Exploitation :</b> • Augmentation des coûts opérationnels • Baisse du taux d'occupation • Baisse de loyer	Vieilles et anticipation des réglementations	
<b>Chronique (long terme)</b>				
Augmentation des températures	Baisse de la qualité de l'air.	<b>Exploitation :</b> • Coûts opérationnels	Chartes Biodiverste Label BiodiverCity	Consommation énergétique Émissions de CO <sub>2</sub>
	Prolifération d'insectes. Destruction d'espaces verts.	<b>Exploitation :</b> • Perte d'actifs • Interruption d'activité	Objectif espaces verts Arbitrage	
Montée des eaux	Submersion d'actifs	<b>Exploitation :</b> • Perte d'actifs • Interruption d'activité	Choix de localisation Études résilience ciblées	Étude submersion du patrimoine/statistiques
<b>Risques de transition</b>				
<b>Politique et juridique (moyen terme)</b>				
Taxation énergies fossiles/carbone	Mise en place de taxation carbone sur la construction, les bâtiments émetteurs ou les énergies fossiles.	<b>Construction :</b> • Augmentation des coûts	Politique de construction bas carbone	Pourcentage de bâtiments verts
		<b>Exploitation :</b> • Augmentation des coûts	Calcul de l'impact CO <sub>2</sub> des choix de matériaux	
Évolutions réglementaires	Risque de non-conformité	<b>Exploitation :</b> • Risques judiciaires entraînant sanctions et surcoûts	Calcul de l'impact CO <sub>2</sub> des actions d'efficacité énergétique	Montant des pénalités
<b>Évolution du marché (long terme)</b>				
Obsolésence	Perte d'attractivité du patrimoine	<b>Exploitation :</b> • Augmentation des coûts d'exploitation • Baisse de la liquidité	Politique de reconstruction	Pourcentage de bâtiments verts
Ralentissement économique	Baisse de pouvoir d'achat	<b>Exploitation :</b> • Incapacité à payer les loyers	Politique de diversification	Revenu par activité/ par pays...
Demande de bâtiments responsables	Risques réputationnels	<b>Exploitation :</b> • Perte d'attractivité des actifs	Certification des bâtiments	Pourcentage de bâtiments verts

## Gouvernance

La gouvernance et l'organisation de Covivio sont structurées de manière à aborder stratégiquement les enjeux climatiques :

- Le **Conseil d'Administration** contrôle les risques et opportunités liés au changement climatique par le suivi de la performance RSE de la société, et les orientations stratégiques données au Groupe. Le Secrétaire Général porte les sujets du développement

durable et de changement climatique au sein du Conseil.

- La **Direction du Développement Durable** propose et coordonne, avec l'appui de la Direction Générale, les initiatives en matière de lutte contre le changement climatique dans les activités du groupe. La Direction du Développement Durable est en lien avec le Comité Exécutif « Europe », en charge du déploiement de la stratégie du groupe, pour mettre en œuvre les objectifs du Groupe en matière de climat.

## GESTION DES RISQUES

Covivio a réalisé en 2018 une actualisation de sa cartographie des risques à l'échelle du Groupe, intégrant l'ensemble de ses filiales et activités. Les résultats ont été présentés et partagés avec le Comité d'Audit de Covivio en septembre 2018. La présentation a permis de faire un point sur l'amélioration du niveau de maîtrise des risques pour lesquels des plans d'action spécifiques avaient été définis et mis en place.

Une cartographie des risques RSE conduite par la Direction du Développement Durable en coordination avec la Direction de l'Audit et du Contrôle Interne, validée par le Comité de Direction, a permis d'identifier les risques inhérents et résiduels portant sur les activités de Covivio.

Parmi les risques identifiés, les risques « Obsolésence des actifs / Valeur verte / Produits anticipant les évolutions sociétales », « Maîtrise des dépenses d'exploitation » et « Sécurité / Sécurité environnementale / Conformité réglementaire » portent sur des risques climatiques. Les plans de gestion de ces risques sont détaillés dans ce rapport.

## INDICATEURS ET OBJECTIFS

Les différents objectifs RSE de Covivio sont présentés dans le plan d'actions RSE en introduction de ce document (p. 26-31). L'état d'avancement de ces objectifs est détaillé dans les parties concernées, notamment les principaux indicateurs liés à la stratégie de lutte contre les changements climatiques de Covivio :

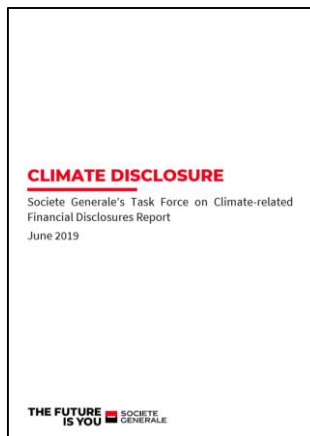
- Intensité énergétique du parc (p. 48-49) : 32kWh/m<sup>2</sup> au 31/12/2019 - Objectif -15% d'ici 2030 (vs 2020)
- Emissions de gaz à effet de serre générées par l'activité (p. 50-52) : 26,7kgCO<sub>2</sub>/m<sup>2</sup> au 31/12/2019 - Objectif -34% d'ici 2030 (vs 2010)
- Verdissement du portefeuille européen (p. 54-55) : 84% d'immeubles verts au 31/12/2019 - Objectif 100% d'ici 2025

Structurants pour l'activité du Groupe, les travaux conduits pour l'élaboration de la trajectoire carbone 2030 ainsi que les objectifs qui en découlent sont présentés ci-après.

# Zoom sur la TCFD

## Société Générale & BNP Paribas

Les deux groupes font partie de ceux qui ont publié un rapport spécifique sur la TCFD.



## • SOMMAIRE

<b>ÉDITO</b>	<b>3</b>
<b>INTRODUCTION</b>	<b>7</b>
<b>I. GOUVERNANCE DE BNP PARIBAS RELATIVE AUX RISQUES ET OPPORTUNITÉS LIÉS AU CLIMAT</b>	<b>8</b>
A. Le Conseil d'administration supervise les risques et opportunités liés au climat	9
B. Le management est responsable de l'évaluation et de la gestion des risques et opportunités liés au climat	11
<b>II. STRATÉGIE : IMPACTS ACTUELS ET POTENTIELS DES RISQUES ET OPPORTUNITÉS LIÉS AU CLIMAT SUR LES ACTIVITÉS, LA STRATÉGIE ET LES PROJECTIONS FINANCIÈRES</b>	<b>14</b>
A. BNP Paribas a identifié divers risques et opportunités liés au climat sur les court, moyen et long termes	15
B. Ces risques et opportunités liés au climat ont des impacts sur les activités du Groupe, sa stratégie et ses projections financières	18
C. Résilience de la stratégie du Groupe à différents scénarios climatiques	29
<b>III. GESTION DES RISQUES : COMMENT BNP PARIBAS IDENTIFIE, ÉVALUE ET GÈRE LES RISQUES LIÉS AU CLIMAT</b>	<b>36</b>
A. BNP Paribas a mis en place un processus multi-parties prenantes pour identifier et analyser ses risques, et notamment ceux liés au climat	37
B. BNP Paribas a développé un processus de gestion des risques liés au climat, à la fois spécifique et pleinement intégré dans la gestion globale des risques du Groupe	38
<b>IV. INDICATEURS ET OBJECTIFS EMPLOYÉS POUR ÉVALUER ET TRAITER LES RISQUES ET OPPORTUNITÉS LIÉS AU CLIMAT</b>	<b>40</b>
A. BNP Paribas a mis en place plusieurs indicateurs pour évaluer les risques et opportunités liés au climat	41
B. Répartition des émissions de gaz à effet de serre selon les scopes 1, 2 et 3	44
C. BNP Paribas s'est fixé des objectifs quantitatifs pour la gestion des risques et des opportunités liés au climat	45
<b>CONCLUSION</b>	<b>47</b>
<b>ANNEXES</b>	<b>48</b>
Liste des encadrés	48
Liste des figures	48
Liste des tableaux	49
Glossaire	49
Notes de bas de page	50



# Zoom sur la GRI

## Tendance à suivre

Un grand nombre de sociétés affirme se conformer à la GRI mais seulement la moitié des grands groupes français du panel présente un tableau de concordance avec la GRI (ex. Kering ci-contre).

Bien que son influence semble moindre en France que dans d'autres pays l'ayant retenue comme critère pour les travaux de vérification (ex. Espagne, Italie notamment), l'importance relative de la GRI dans les années à venir devrait évoluer en fonction de son rôle dans le processus de standardisation européen et international en réflexion.

### 6. TABLE DE CONCORDANCE

Articles L. 225-102-1 et R. 225-105 du Code de commerce/Global Compact/GRI (Global reporting Initiative)

Le groupe Kering publie dans le présent chapitre « Développement durable » la Déclaration de performance extra-financière pour l'exercice 2019 présentant des informations sur les principaux risques extra-financiers et sur les politiques, résultats et indicateurs de performance associés.

Kering présente les informations demandées par l'article L. 225-102-1 et celles prévues par l'article R. 225-105 du Code de commerce lorsqu'elles sont pertinentes au regard des principaux risques extra-financiers identifiés. Dans le chapitre « Développement durable », Kering présente par ailleurs certaines autres informations prévues à l'article R. 225-105, lorsqu'elles apportent un éclairage complémentaire pertinent lié à l'activité du Groupe.

GRI	Chapitres et paragraphes du Document d'Enregistrement Universel
Vision et modèle d'affaires du Groupe	102-1 à 102-8, 102-10
Informations sur la chaîne de valeur	102-9
Matérialité et enjeux prioritaires, principaux risques extra-financiers en lien avec les catégories de la DPEF	102-11, 102-15 102-46 & 102-47, 103-1 & 103-2
	103-1 & 103-2
Stratégie Développement durable	103-1 & 103-2
Gouvernance et organisation du Développement durable au sein du Groupe	102-18
Méthodologie de reporting extra-financier, Rapport d'assurance	102-45 à 56

#### Performance extra-financière

GRI	Global compact	Chapitres et paragraphes du Document d'Enregistrement Universel
<b>Conséquences sociales et sociétales, Droits de l'Homme, lutte contre la corruption et l'évasion fiscale</b>		
<b>Emploi :</b> #3 à 6		
Effectif total et répartition des salariés par sexe, âge et zone géographique	102-8	Chapitre 3, paragraphe 3.1
Embauches et licenciements	401-1	Chapitre 3, paragraphe 3.1
Rémunérations et évolutions		Chapitre 3, paragraphe 3.1
<b>Organisation du travail :</b> #3 à 6		
Organisation du temps de travail		Chapitre 3, paragraphe 3.1
Absentéisme	403-10	Chapitre 3, paragraphe 3.1
<b>Santé et Sécurité :</b> #1 à 6		
Conditions de santé et de sécurité au travail	403-1 à 403-8	Chapitre 3, paragraphes 3.1 et 4.3
Accidents du travail, notamment leur fréquence et leur gravité ainsi que les maladies professionnelles	403-9	Chapitre 3, paragraphe 3.1
<b>Relations sociales :</b> #3 à 6		
Organisation du dialogue social, procédures d'information, de consultation du personnel et de négociation avec celui-ci	402-1	Chapitre 3, paragraphe 3.1
Bilan des accords collectifs conclus dans l'entreprise et de leurs impacts sur la performance économique de l'entreprise ainsi que sur les conditions de travail des salariés, et notamment en matière de santé et de sécurité au travail	102-41	Chapitre 3, paragraphe 3.1

Kering

GRI	Global compact	Chapitres et paragraphes du Document d'Enregistrement Universel
<b>Formation :</b> #3 à 6 <b>Chapitre 3, paragraphe 3.1</b>		
Politiques mises en œuvre en matière de formation, notamment en matière de protection de l'environnement	404-2	Chapitre 3, paragraphe 3.1
Nombre total d'heures de formation	404-1	Chapitre 3, paragraphe 3.2
<b>Égalité de traitement :</b> #1 à 6 <b>Chapitre 3, paragraphe 3.1</b>		
Mesures prises en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes	405-1	Chapitre 3, paragraphe 3.1
Mesures prises en faveur de l'emploi et de l'insertion des personnes handicapées	405-1	Chapitre 3, paragraphe 2
Politique de lutte contre les discriminations	405-1	Chapitre 3, paragraphe 3.1
<b>Engagements sociétaux en faveur du développement durable :</b> #1 à 6 <b>Chapitre 3, paragraphe 2</b>		
Impact de l'activité de la société en matière d'emploi et de développement local	203-1, 203-2	Chapitre 3, paragraphe 2
Impact de l'activité de la société sur les populations riveraines ou locales	203-1, 203-2	Chapitre 3, paragraphe 5.4
Relations entretenues avec les parties prenantes de la société et les modalités du dialogue avec celles-ci		Chapitre 3, paragraphe 5.1
Actions de partenariat ou de mécénat		Chapitre 3, paragraphe 5.2
<b>Sous-traitance et fournisseurs :</b> #1 à 10 <b>Chapitre 3, paragraphe 5.4</b>		
Prise en compte dans la politique d'achat des enjeux sociaux et environnementaux	413-1 à 414-2	Chapitre 3, paragraphes 2.5, 4.1, 4.3 & 4.4
Prise en compte dans les relations avec les fournisseurs et les sous-traitants de leur responsabilité sociale et environnementale	413-1 à 414-2	Chapitre 3, paragraphes 2.5, 4.1, 4.3
<b>Loyauté des pratiques : mesures prises en faveur de la santé et de la sécurité des consommateurs</b> 416-1 & 2 <b>Chapitre 3, paragraphe 4.2</b>		
Informations relatives à la lutte contre la corruption	102-16,	
les actions engagées pour prévenir la corruption	205-1 à 205-3	#10 <b>Chapitre 3, paragraphe 2</b>
<b>Informations relatives aux actions en faveur des Droits de l'Homme :</b> 406-1 à 412-3 <b>#1 à 6 <b>Chapitre 3, paragraphes 2, 3.1, 4.2, 4.3, 5.2, 5.4</b></b>		
Promotion et respect des stipulations des conventions fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail relatives :		
Au respect de la liberté d'association et du droit de négociation collective		#3
À l'élimination des discriminations en matière d'emploi et de profession		#4
À l'élimination du travail forcé ou obligatoire		#6
À l'abolition effective du travail des enfants		#5
Autres actions engagées en faveur des Droits de l'Homme		#1 à 6
<b>Respect du bien-être animal</b> <b>Chapitre 3 paragraphe 4.4</b>		

# Zoom sur le SASB

Groupe PSA

## Tendance à suivre

Le SASB gagne progressivement en influence (soutien de certains grands investisseurs américains, volonté de développement en Europe...). La référence au SASB est toutefois peu fréquente en Europe, notamment en France. Seules deux entreprises du panel incluent aujourd'hui un tableau spécifique de présentation des indicateurs sectoriels demandés par le standard.

### Groupe PSA indicators standardized to the SASB<sup>1</sup> Transportation Standard index

	Accounting metric	CODE <sup>(1)</sup>	2017	2018 <sup>(2)</sup>	2019	For information on actions, refer to sections of <a href="#">2019 CSR Report</a>
<b>Activity</b>	Number of vehicles manufactured	SASB-000.A	3,649,742	3,902,378	3,445,795	1.1.1.3.
	Number of vehicles sold <sup>(3)</sup>	SASB-000.B	3,228,400	3,877,765	3,479,096	1.1.1.4.
<b>Product Safety</b>	Number of safety-related defect complaints, percentage investigated	SASB-250a.2	2,927 100%	2,310 100%	3,050 100%	5.1.10.
	Number of vehicles recalled (Mveh) <sup>(4)</sup>	SASB-250a.3				5.1.10.
	Mandatory recalls		0	0	0	
	Voluntary recalls		0.731	1.9	1.9	
<b>Labour Practices</b>	Percentage of active workforce covered under collective-bargaining agreements	SASB-310a.1	95%	94%	94%	3.1.3.
	Number of work stoppages and total days idle	SASB-310a.2	0 0	0 0	0 0	3.1.1.1.
<b>Fuel Economy and Use-phase Emissions</b>	Sales-weighted average passenger fleet fuel emissions, by region (base 100)	SASB-410a.1	82	82	80	2.3.2.
	Europe (g/km)		105.0	113.9	114.4	
	China (DPCA) (l/100km)		6.54	6.33	6.19	
	Number of zero emission vehicles (ZEV) sold	SASB-410a.2	6,231	10,387	17,606	2.3.3.
	Number of hybrid vehicles sold		441	73	0	
	Number of plug-in hybrid vehicles sold		0	0	9,808	
	Discussion of strategies and approach to managing fleet fuel economy and emissions risks and opportunities	SASB-410a.3	Disclosed	Disclosed	Disclosed	2.1, 2.2, 2.3.2.
<b>Materials Sourcing</b>	Description of the management of risks associated with the use of critical materials	SASB-440a.1	Disclosed	Disclosed	Disclosed	6.2.2.1.1./7.1.2.4.
<b>Materials Efficiency and Recycling</b>	Total amount of waste from manufacturing (t) percentage recycled	SASB-440b.1	714,963 96.8%	986,645 97.0%	965,161 97.2%	7.2.4.
	Weight of end-of-life material recovered (t), percentage recycled <sup>(5)</sup>	SASB-440b.2	27,663 88%	118,662 88% <sup>(6)</sup>	133,262 NA <sup>(6)</sup>	7.1.4.2.
	Average recyclability of vehicles sold	SASB-440b.3	95%	95%	95%	7.1.3.

(1) The standard codification of the SASB indicators in the format SASB TR-AU-XXXX.x is simplified into SASB-XXXX.x.

(2) After acquisition of Opel and Vauxhall on August 1<sup>st</sup> 2017, consolidated data include Opel and Vauxhall starting in FY2018.

(3) Number of vehicles sold in 2017: 403,900 units sold for OV between August and December 2017, for a total of 3,632,300 units.

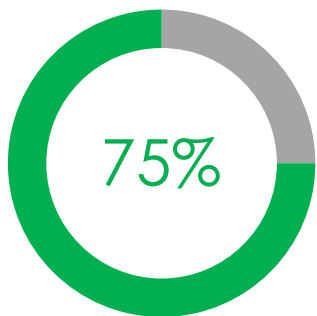
(4) Details of major campaigns is presented in § 5.1.11

(5) Official information from French Authorities on French scope only. Data is only available with 1.5 years delay.

NA: Information is Not Available.

# 4. Indicateurs clés de performance

# Le reporting des émissions de GES est généralisé, le suivi des offres « vertes » reste un défi



des sociétés publient des données quantitatives sur les émissions de GES scopes 1, 2 et 3, au moins partiellement

- **99 entreprises** publient des données quantitatives sur leurs **émissions de gaz à effet de serre (GES) scopes 1 et 2**. Elles s'appuient pour cela sur les indicateurs relatifs à la **consommation d'énergie** de leurs sites et activités. Les émissions sont très fréquemment présentées en valeur absolue et également en valeur relative en fonction du volume d'activité ou de production (ou du nombre de collaborateurs dans le tertiaire).
- **75 entreprises** publient des données quantitatives sur certains postes du **scope 3**, principalement ceux impliquant les collaborateurs (déplacements) et dans quelques cas les émissions liées à la chaîne d'approvisionnement ou à l'usage des produits et services par les clients. Les périmètres de reporting sont donc très hétérogènes. Dans le cas d'un reporting sur un périmètre élargi ou d'un bilan carbone, les informations portent fréquemment sur l'exercice précédent celui de la DPEF.
- **44 entreprises** publient des indicateurs sur **l'impact environnemental de leurs produits et services**, ayant des définitions propres à chaque entreprise. Les indicateurs sont principalement relatifs à la part des produits ou services éco-conçus ou ayant fait l'objet d'ACV, la part de produits verts, recyclés ou labellisés ou encore les émissions de CO2 évitées grâce aux produits ou services...
- Les autres indicateurs fréquents dépendent des secteurs industriels et sont relatifs aux certifications des sites, aux consommations d'eau, aux autres émissions et rejets, aux déchets. Notre étude n'a pas recensé la fréquence précise de leur publication ni analysé les modalités de leur reporting.

# Zoom sur les émissions de GES

Total

## Enjeu de reporting :

Si les émissions de GES sont un passage obligé du reporting extra-financier, peu d'entreprises présentent les émissions induites par leur chaîne d'approvisionnement et l'usage de leurs produits (ex. Total ci-contre).

Les difficultés à les établir et à comparer les performances entre entreprises relèvent principalement du périmètre à prendre en considération (notamment sur le scope 3), de la disponibilité et la fiabilité des données sources (fournisseurs, année décalée...), des estimations ou extrapolations nécessaires et des facteurs d'émission retenus.

Indicateurs liés au changement climatique <sup>(a)</sup>			2019	2018	2017	2016	2015
<b>SCOPE 1</b>	Émissions directes de gaz à effet de serre (périmètre opéré)	Mt CO <sub>2</sub> e	41	40	38	41	42
<b>Décomposition</b>							
	Activités hydrocarbures Amont	Mt CO <sub>2</sub> e	18	18	17	19	19
	Raffinage-Chimie	Mt CO <sub>2</sub> e	20	21	21	22	22
	Marketing & Services	Mt CO <sub>2</sub> e	< 1	< 1	< 1	< 1	< 1
	Integrated Gas, Renewables & Power (excluant les activités gaz de l'amont)	Mt CO <sub>2</sub> e	3	2	0	0	-
<b>SCOPE 1</b>	<b>Émissions directes de gaz à effet de serre en part patrimoniale</b>	Mt CO <sub>2</sub> e	<b>55</b>	<b>54</b>	<b>50</b>	<b>51</b>	<b>50</b>
<b>SCOPE 2</b>	Émissions indirectes liées à la consommation d'énergie des sites opérés	Mt CO <sub>2</sub> e	4	4	4	4	4
<b>Émissions de GES (Scopes 1 &amp; 2) sur les installations oil &amp; gas opérés</b>							
		Mt CO <sub>2</sub> e	<b>41,5</b>	<b>42</b>	<b>41</b>	<b>45</b>	<b>46</b>
<b>SCOPE 3<sup>(b)</sup></b>	Autres émissions indirectes – Utilisation par les clients des produits vendus pour usage final	Mt CO <sub>2</sub> e	<b>410</b>	<b>400</b>	<b>400</b>	<b>420</b>	<b>410</b>
	Consommation nette d'énergie primaire (périmètre opéré)	TWh	160	143 <sup>(c)</sup>	142	150	153
	Indicateur Groupe d'efficacité énergétique (GEEI)	Base 100 en 2010	88,0	88,4	85,7	91,0	90,8
	Volume quotidien de l'ensemble du gaz brûlé à la torche (activités hydrocarbures Amont, périmètre opéré) (inclus brûlage de sécurité, de routine et de non-routine)	Mm <sup>3</sup> /j	5,7	6,5	5,4	7,1	7,2
	Dont brûlage de routine	Mm <sup>3</sup> /j	0,9	1,1	1,0	1,7 <sup>(c)</sup>	2,3 <sup>(d)</sup>
<b>Intensité carbone des produits énergétiques utilisés par les clients du Groupe</b>							
		g CO <sub>2</sub> e/kBtu	<b>70</b>	<b>71</b>	<b>73</b>	<b>74</b>	<b>75<sup>(d)</sup></b>

# Zoom sur les indicateurs environnementaux

## Valeo

Le groupe présente de façon claire et synthétique les objectifs et l'évolution de ses indicateurs clés de performance sur 3 exercices pour chaque enjeu clé.

L'ensemble des indicateurs sont présentés sous forme de ratio d'intensité.

AXES	ENJEUX	INDICATEURS CLÉS	RÉSULTATS 2015	RÉSULTATS 2018	RÉSULTATS 2019	CIBLES 2020
INNOVATION	Solutions de mobilité décarbonée/ Véhicule autonome et connecté	• Part des prises de commandes issue de produits innovants (% des prises de commandes)	37 %	53 %	47 % <sup>(1)</sup>	> 40 % <sup>(1)</sup>
		• Part des produits contribuant à la réduction des émissions de CO <sub>2</sub> (% du chiffre d'affaires)	N/A	50 %	57 %	-
ÉCO-EFFICACITÉ ENVIRONNEMENTALE	Énergie et sobriété carbone de la production	• Consommation énergétique rapportée au chiffre d'affaires (MWh/M€)	143	140 (-1 % <sup>(2)</sup> )	142 (+1,1 % <sup>(2)</sup> )	132 (-8 % <sup>(2)</sup> )
		• Émissions directes (scope 1) et indirectes (scope 2) rapportées au chiffre d'affaires (tCO <sub>2</sub> /M€)	56,3	59,2 (+5 % <sup>(2)</sup> )	57,55 (-3 % <sup>(2)</sup> )	51,8 (-8 % <sup>(2)</sup> )
		• Certification ISO 50001 - management de l'énergie des sites (% de sites)	8 %	17 %	18 %	20 %
ÉCO-EFFICACITÉ ENVIRONNEMENTALE	Rejets et déchets	• Production de déchets dangereux et non dangereux rapportée au chiffre d'affaires (t/M€)	16,4	16,2 (-1 % <sup>(2)</sup> )	16,4 (+1 %)	15,6 (-5 % <sup>(2)</sup> )
		Eau	• Consommation d'eau rapportée au chiffre d'affaires (m <sup>3</sup> /M€)	198	210 (+6 % <sup>(2)</sup> )	197 (-6 % <sup>(2)</sup> )



# Zoom sur l'impact environnemental des produits et services

## Enjeu de reporting :

Améliorer l'impact environnemental des produits et services est un sujet stratégique des feuilles de route RSE réconciliant le développement économique et les engagements environnementaux. Les indicateurs restent très spécifiques à chaque entreprise en fonction de son activité (ex. ci-contre BIC et Carrefour). Ils posent souvent la question de ce qu'est un produit vert ou durable, chaque entreprise proposant ses propres définitions et approches.

## BIC

### Writing the Future, Together – #1 Favoriser l'innovation durable dans les produits BIC®

90 %<sup>(1)</sup> du portefeuille des produits BIC® ont été évalués selon la Sustainable Scorecard.

(1) Base volume des ventes 2018.

### Démarche d'éco-conception

Depuis 2015, 100% des nouveaux produits de Papeterie font l'objet d'une éco-mesure. En 2019, les trois catégories de produits BIC® ont chacune vendu au moins 50% de produits ayant au moins un avantage environnemental.

BIC a défini un avantage environnemental pour ses produits par le respect d'au moins un des critères suivants :

- léger et utilisable longtemps (instrument d'écriture ≤ 3 g/km ; correction ≤ 1,8 g/m ; briquet ≤ 8 g/1 000 flammes ; rasoir ≤ 1 g/rasage) ;
- fabriqué à partir de matériaux alternatifs (recyclé, origine végétale, etc.) ;
- rechargeable ;
- éco-labellisé (NF Environnement, etc.).

Cet indicateur est calculé sur le nombre d'unités et concerne les produits des trois principales catégories (hors activités PIMACO et Cello Pens).

## Carrefour

Produits	Objectif 2019	Résultat 2019	Score 2019 = 120 %
1. 4,8 milliards d'euros de vente de produits biologiques d'ici 2022	2,3 Md€	<b>2,3 Md€</b>	100 %
2. 10 % de produits Filières Qualité Carrefour présents dans les produits frais d'ici 2022	5,7 %	<b>6,6 %</b>	116 %
3. 50 % des poissons Carrefour vendus issus de la pêche durable d'ici 2020	40 %	<b>47 %</b>	120 %
4. Déploiement d'un plan d'actions forêts durables sur les produits liés à la déforestation d'ici 2020	68 %	<b>68 %</b>	100 %
5. 10 000 tonnes d'emballages économisées d'ici 2025	2 446 tonnes	<b>4 095 tonnes</b>	167 %

# Zoom sur l'impact environnemental des produits et services

## L'Oréal

L'Oréal publie un indicateur clé de performance sur l'empreinte de ses produits et a pris l'engagement que d'ici à fin 2020, 100 % de ses produits présenteront un profil environnemental ou social amélioré.

L'outil SPOT (Sustainable Product Optimisation Tool) développé par le Groupe permet de calculer cette empreinte conformément à la recommandation de la Commission européenne (Product Environmental Footprint) et prend en compte de nombreux enjeux tout au long du cycle de vie du produit : réduction de l'empreinte environnementale des formules, respect de la biodiversité, écoconception des emballages, engagement « zéro déforestation », etc.



En 2019, **85 %** des produits nouveaux ou renouvelés présentent un profil environnemental ou social amélioré.

SHARING  
BEAUTY  
WITH ALL

Objectif  
2020  
**100 %**



**100 %** des produits nouveaux ou renouvelés en 2019 sont évalués à travers l'outil d'évaluation des produits.

SHARING  
BEAUTY  
WITH ALL

Objectif  
2020  
**100 %**



# Zoom sur l'impact environnemental des produits et services

## Atos

Le groupe mesure la part de son activité liée à des solutions définies comme durables à partir d'une méthodologie interne.

Code GRI	Nom KPI	2019	2018	2017	2019 PERIMETRE		2018 PERIMETRE	
		Groupe	Groupe	Groupe	Par employé	Par revenu	Par employé	Par Revenu
<b>A7</b>	<b>Technologies et solutions durables</b>							
A7_total	Chiffre d'affaires total réalisé par les solutions durables (M EUR)	2 764	3 257	2 755	---	100%	---	100%
A7_c2	Pourcentage du chiffre d'affaires réalisés par des solutions durables en dehors du chiffre d'affaires total d'Atos	23,85%	26,57%	22%	---	100%	---	100%
<b>302-5</b>	<b>Réductions des exigences énergétiques des produits et services</b>							
302-5_A	Énergie économisée grâce à l'augmentation du PUE (Kwh)	1,52	1,62	1,60	---	100%	---	100%

## Informations détaillées relatives aux technologies et solutions durables [A7]

L'indicateur A7 est calculé sur la base des revenus des offres orientées développement durable qu'Atos vend à ses clients. La stratégie de croissance d'Atos s'articule autour de la Digital Transformation Factory ; un portefeuille de 4 offres complètes qui sollicitent toute l'expertise et l'expérience d'Atos pour le bénéfice de ses clients : Hybrid Cloud, Business Accelerators, Digital Workplace et Connected Intelligence, soutenus par les technologies de Cybersécurité d'Atos dans toutes ses offres. Ces revenus sont multipliés par un indice qui évalue le degré de développement durable de chaque offre (de 20% à 100%). Ces offres orientées développement durables sont identifiées et les index associés (degrés de développement durable) sont fixés par les responsables des solutions du Groupe Atos en se basant sur la vérification des offres par rapport à 24 aspects (regroupant les avantages économiques, l'impact social et les droits humains, l'empreinte écologique et le changement climatique, la confiance dans la gouvernance et la compliance). Cette méthodologie évalue les principaux impacts positifs des offres d'Atos en termes de développement durable, mais certains impacts sont difficiles à évaluer et peuvent ne pas être pris en compte. L'ensemble du processus est coordonné par une personne dédiée au niveau du Groupe. Le portefeuille d'Atos évolue continuellement et les définitions de l'indicateur clé de performance sont sujettes à des mises à jour.

# Zoom sur l'impact environnemental des produits et services

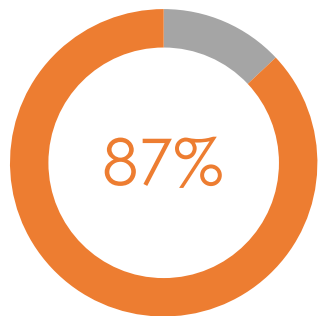
## BPCE

A l'instar du Groupe BPCE, les services financiers communiquent principalement sur l'intégration des critères ESG dans les décisions de crédit ou d'investissement, le financement de la croissance verte et l'empreinte carbone des portefeuilles d'investissement.

Risques majeurs	Définition du risque	Dispositifs de maîtrise des risques/engagements	Indicateurs clés de pilotage 2018	Résultats 2018	Indicateurs clés de pilotage 2019	Résultats 2019
Intégration des critères ESG dans les décisions de crédit et/ou d'investissement	Prise en compte des critères ESG et des risques de transition et physique liés au changement climatique dans les politiques sectorielles et l'analyse des dossiers de financement et d'investissement	Cf. partie 2.3.1 Prendre en compte les risques environnementaux, sociaux et de gouvernance, les besoins et les aspirations de nos clients pour écrire notre stratégie »	Taux de politiques sectorielles crédit intégrant des critères RSE (en %)	100 %	Taux de politiques sectorielles crédit intégrant des critères RSE (en %)	100 %
Financement de la transition énergétique, de la croissance verte et bleue et solidaire <sup>(1)</sup>	Définir une stratégie d'accompagnement des clients vers la transition écologique et énergétique et la décliner à tous les niveaux opérationnels.	Cf. chapitre 2.3.2, « financer et assurer la transition énergétique, écologique et social grâce aux produits du Groupe BPCE » Cf. chapitre 2.3.3 « Orienter l'épargne vers une économie plus responsable »	Financement de la transition écologique et énergétique : production (en euros et évolution) <sup>(1)</sup>  Encours épargne responsable (en euros) <sup>(2)</sup>	169 M€ (7,90 %)  72,5 Md€	Financement de la transition écologique et énergétique : production (en euros et évolution) <sup>(1)</sup>  Encours épargne responsable (en euros et évolution) <sup>(2)</sup>	196 M€ 16 %  86,43 Md€ 19 %

Société	Méthode de calcul	Pourcentage du portefeuille	Évaluation de l'empreinte carbone	Évaluation de la trajectoire climat
Mirova	Modèle propriétaire	84,6 % du portefeuille	Évaluation de l'empreinte carbone	Température du portefeuille = 1,5 °C
DNCA	Empreinte carbone Scopes 1 et 2 pour les sociétés en portefeuille teq CO <sub>2</sub> /€m de revenus	69 % du portefeuille	195 teq CO <sub>2</sub> par million d'euros de revenus	
Naxicap	1 <sup>re</sup> estimation de l'intensité carbone (scopes 1 et 2) des entreprises en portefeuille teq CO <sub>2</sub> /€m investis	54 % de la valeur du portefeuille d'entreprises	62 teqCO <sub>2</sub> par million d'euros investis (sur les données 2018)	
Ossiam	Mesure empreinte carbone Teq CO <sub>2</sub> /€m de revenus	12,3 % des actifs sous gestion	Les 3 fonds : 241 teqCO <sub>2</sub> par million d'euros de revenus Le mandat 209 teqCO <sub>2</sub> par million d'euros de revenus	

# Le contenu du reporting social est assez homogène, les divergences sont surtout méthodologiques



des sociétés publient  
un taux de fréquence  
des accidents du travail

- **97 entreprises** publient des données quantitatives sur les **accidents du travail**, dont **87** un taux de fréquence des accidents du travail (nombre d'accidents par heures travaillées), parfois accompagné d'un taux de gravité (jours d'arrêt par heures travaillées). Les **10** autres ne présentant pas des taux publient un indicateur sur le nombre d'accidents ou le nombre d'absences ou d'arrêts dus à un accident. Les 3 entreprises qui ne publient pas d'indicateur ou de taux relèvent des secteurs des services.
- **93 entreprises** publient un indicateur sur la **part des femmes dans le management**. Le périmètre du management est très hétérogène, allant de l'ensemble des cadres ou des managers, à un panel de responsables plus ou moins restreint et défini (cadres dirigeants, vivier de talents, comités de direction, Cadres et Leaders exécutifs, directeurs et exécutifs, cadres et directeurs de magasins, Global leadership Team, Top Management... ).
- **69 entreprises** publient le taux de rotation ou **turnover de leurs effectifs**, calculé à partir des départs volontaires (excluant les décès et licenciements) et/ou de l'ensemble des départs et couvrant les CDI seulement ou l'ensemble des collaborateurs.
- Sur ces 3 indicateurs ci-dessus les méthodologies de calcul présentent une grande hétérogénéité (calcul des heures travaillées, périmètre des contrats pris en compte, motifs pris en compte, etc.)
- D'autres informations sociales, comme la formation ou le handicap, sont très généralement abordées dans les DPEF. Notre étude n'a pas recensé la fréquence précise de leur publication ni analysé les modalités de leur reporting.

# Zoom sur le taux de fréquence des accidents

Lagardère

## Enjeu de reporting :

Si les taux de fréquence sont largement publiés, les méthodes de calcul divergent selon les entreprises, selon qu'on considère les accidents avec arrêt uniquement ou avec et sans arrêt (ex. Lagardère et Saint Gobain ci-contre).

Au sein des entreprises du panel, les taux sont calculés par 18 entreprises avec et sans arrêt, par 34 avec un arrêt de plus d'un jour et par 25 avec un arrêt dont la durée minimale n'est pas indiquée.

Les modes de calcul des heures travaillées sont souvent théoriques et il convient de noter une culture de la déclaration des accidents faible dans certains pays.

### Taux de fréquence, de gravité<sup>1</sup> et d'absentéisme<sup>2</sup> liés aux accidents du travail

Branche	Taux de fréquence		Taux de gravité		Taux d'absentéisme	
	2019	2018	2019	2018	2019	2018
Lagardère Publishing	11,77	8,70	0,45	0,26	0,11	0,06
Lagardère Travel Retail	17,16	16,09	0,56	0,52	0,19	0,11
Lagardère News	3,96	4,29	0,13	0,10	0,01	0,01
Lagardère Live Entertainment	10,26	0,00	0,49	0,00	0,00	0,00
Hors Branches	58,56	27,91	1,40	2,04	0,03	0,05
Autres actifs en cours de cession de Lagardère Active	6,33	4,67	0,17	0,74	0,01	0,03
Lagardère Sports	5,18	9,41	0,06	0,20	0,01	0,03
<b>Groupe 2019</b>	<b>15,28</b>	<b>13,26</b>	<b>0,50</b>	<b>0,43</b>	<b>0,44</b>	<b>0,31</b>

<sup>1</sup> Taux de fréquence = nombre d'accidents du travail avec arrêt x 1 000 000/nombre d'heures travaillées ; taux de gravité = nombre de jours d'arrêt x 1 000/nombre d'heures travaillées.

Saint-Gobain

### Santé et sécurité sur l'ensemble de la chaîne de valeur

Assurer la santé et la sécurité de nos collaborateurs et de nos parties prenantes est notre première responsabilité

Atteindre un **TF2 de 2,2** en 2020 (collaborateurs, intérimaires et sous-traitants sur site)

2,4



2,2

(objectif 2,3)

Le Groupe enregistre une baisse continue du nombre des accidents de travail, avec et sans arrêt, illustrée par l'évolution de l'indicateur TF2, qui est passé de 2.4 en 2018 (employés, intérimaires et sous-traitants) à 2.2 en 2019.

# Zoom sur le taux de rotation du personnel

## Enjeu de reporting :

Le turnover (ou taux de rotation du personnel) est défini et calculé de manière sensiblement différente par les entreprises, ce qui limite la comparaison des performances.

Certaines entreprises l'établissent sur la population des CDI et suivent le nombre de départs de CDI sur l'effectif moyen en CDI.

D'autres considèrent le nombre de départs (démissions, fin de contrat, licenciement individuel, décès) hors retraite, restructurations, cessions et mobilités et le divisent par l'effectif moyen total, intégrant les CDI, CDD, alternants...

Enfin, les départs pris en compte pour le calcul peuvent être limités à ceux volontaires.

## Mercialys

Objectif n° 1 : détecter, attirer et retenir les talents

MOUVEMENTS DE PERSONNEL

	2019	2018	2017	2016	2015	Évolution 2018-2019
Turnover des CDI	22,1 %	10,2 %	14,2 %	14,4 %	17,0 %	+ 115,8 %

## Nexans

	Évolution	2019	2018	2017
<b>EMPLOI</b>				
Départs naturels	↘	-1 605	-1 705	-1 501
Restructurations	↘	-309	-215	-237
Embauches	↘	1 418	1 727	1 678
Effets périmètre	↘	0	32	-182
Transferts	↗	1	-20	24
Taux de rotation du personnel <sup>(4)</sup>	→	10,4%	10,6%	9,3%

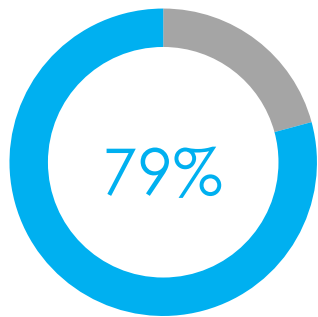
## Imerys

Mouvements du personnel	Évolution nette de l'effectif permanent (hors fusions et acquisitions)	#	(828)	(438)	0	401-1
	Recrutements externes	#	1 003	1 446	1 717	401-1
	Rupture d'un commun accord	#	(133)	-	-	401-1
	Licenciements (économiques et non économiques)	#	(753)	(557)	(523)	401-1
	Départs en retraite	#	(301)	(303)	(258)	401-1
	Départs volontaires et autres motifs	#	(928)	1 024	(936)	401-1
	Taux de rotation du personnel	(%)	5,9	6,1	5,8	401-1



# 5. Intégrations de critères RSE dans les objectifs des dirigeants

# Le nombre d'entreprises intégrant des critères RSE dans les objectifs de leurs dirigeants a doublé en 4 ans



des sociétés du panel  
ont fixé des objectifs  
RSE quantitatifs et/ou  
qualitatifs à leur  
principal dirigeant

contre 40% en 2016

(étude réalisée sur un panel différent mais  
comparable de grandes entreprises françaises)

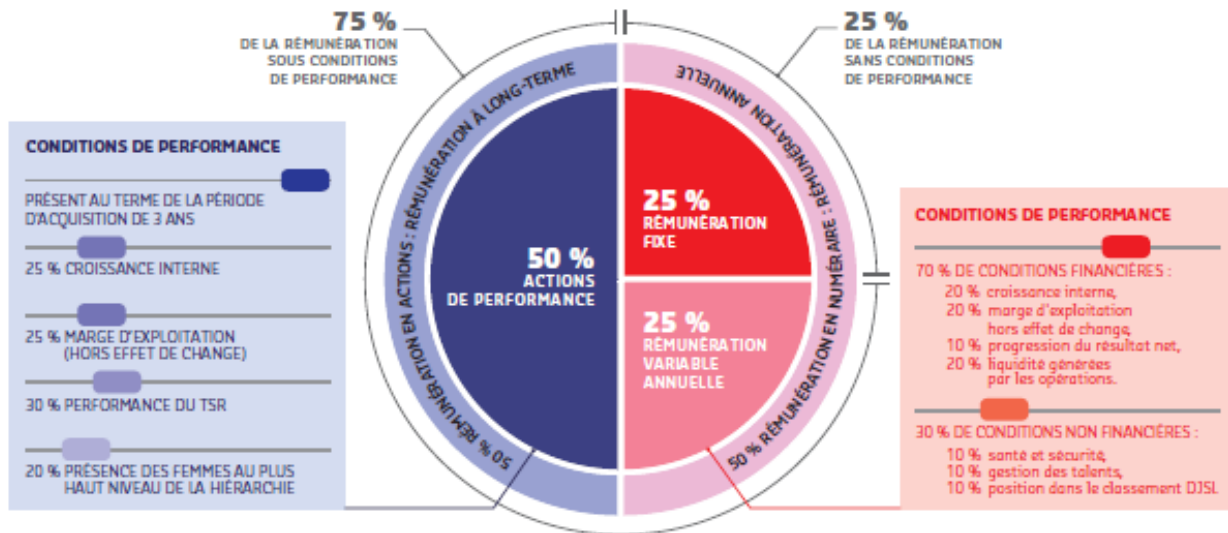
- **79 entreprises** intègrent des critères RSE dans les objectifs de leur principal dirigeant a minima, et parfois également sur un nombre plus large de top managers.
- Les objectifs fixés peuvent être de nature quantitative ou qualitative :
  - **52 entreprises retiennent des objectifs quantitatifs** (ex. atteintes de tout ou partie des objectifs de la feuille de route RSE, indicateurs RH notamment sur la part des femmes dans le management, le taux de turn-over, taux d'accident du travail et/ou indicateurs environnementaux notamment sur la consommation d'énergie et l'intensité carbone...).
  - **20 entreprises évoquent des objectifs qualitatifs uniquement** (ex. déploiement de la feuille de route RSE, formalisation de la stratégie climat, formalisation de la raison d'être, réputation et qualité des relations avec les parties prenantes, position du groupe dans un classement ou dans les ratings extra-financiers...).
  - 7 entreprises ne précisent pas la nature des objectifs.
- Le poids des critères non financiers au sens large (pouvant aller au-delà d'objectifs RSE *stricto sensu*) dans l'ensemble des objectifs ayant un impact sur la rémunération variable du principal dirigeant est :
  - de moins de 10% pour 12 sociétés,
  - entre 10 et 25% pour 31 sociétés,
  - de plus de 25% pour 13 sociétés,
  - non précisé pour les autres sociétés du panel.

# Zoom sur les objectifs RSE des dirigeants

## Sodexo

Le groupe intègre dans la rémunération de son directeur général des conditions de performances en matière de présence des femmes au plus haut niveau de hiérarchie (10% de la rémunération totale), de santé et sécurité (2,5%), de gestion des talents (2,5%) et de classement DJSI (2,5%).

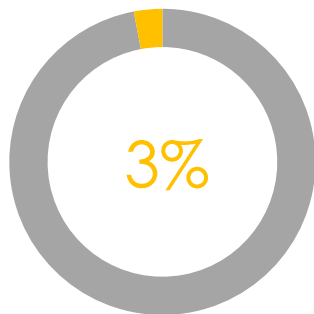
### STRUCTURE DE LA RÉMUNÉRATION DU DIRECTEUR GÉNÉRAL EN 2019-2020





# 6. Vérification

# Conclusions des Organismes Tiers Indépendants (OTI)

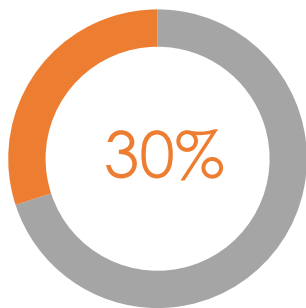


des rapports d'OTI  
comportent une réserve

Résultat inchangé par rapport  
à l'exercice précédent

- **3 entreprises** du panel ont vu leur OTI exprimer une réserve dans la conclusion de leur rapport, signifiant des inexactitudes ou non-conformités jugées significatives au sein de la DPEF.
- Les réserves émises concernent des constats de périmètre de reporting limité et de non intégration d'une activité significative d'un groupe (1 entreprise), l'absence de traçabilité et de formalisation des calculs et sources relatifs à un ou plusieurs indicateurs (2 entreprises).
- Aucune réserve n'a été émise pour un manque de conformité de la DPEF.
- Les résultats concernant ces réserves émises par les OTI sur notre panel ne sont pas pour autant représentatifs de l'ensemble des entreprises éligibles à la DPEF et la vérification par un OTI.

# Commentaires émis par les OTI dans leurs rapports

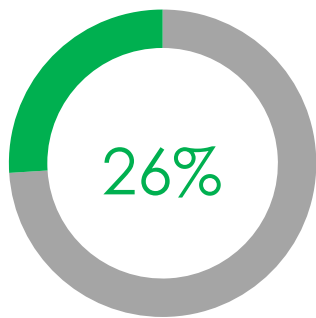


des rapports d'OTI  
comportent au moins un  
commentaire

contre 40% à l'exercice  
précédent

- **50 commentaires ont été formulés au sein de 30 rapports d'OTI** et concernent :
  - les périmètres limités (22 commentaires),
  - les indicateurs ou leurs méthodologies (11),
  - la non définition d'indicateurs au regard des politiques concernées (7),
  - les politiques et leur déploiement (5),
  - les résultats présentés de manière volontaire n'ayant pas fait l'objet de travaux de vérification (3),
  - l'identification des risques (2).
- Il n'y a pas eu de commentaire sur le modèle d'affaires.
- La part de rapports d'OTI comprenant au moins un commentaire est homogène entre les cinq cabinets ayant plus de 10 mandats au sein du panel étudié.

## Travaux volontaires complémentaires de vérification



des sociétés ont  
recours à des  
vérifications  
complémentaires  
volontaires

Situation similaire à l'exercice  
précédent (25%)

- **26 entreprises** ont demandé à leur OTI, l'un des commissaires aux comptes (CAC) ou le collège des CAC d'émettre un rapport complémentaire sur les informations extra-financières de la DPEF.
- Ces travaux complémentaires de vérification relèvent principalement d'un rapport d'assurance d'un niveau plus élevé (raisonnable) sur **certains indicateurs clés de performance**. Ils concernent fréquemment les effectifs et leur répartition, les formations, les accidents du travail, la consommation d'énergie et les émissions de gaz à effet de serre et, plus occasionnellement, l'absentéisme, la consommation d'eau, les déchets et rejets.
- Ils peuvent concerner également des revues plus approfondies des **feuilles de route RSE** (déploiement dans les entités, atteinte des objectifs...).
- D'autres besoins de vérification externe se développent, par exemple dans le cadre d'emprunts obligataires verts (« green bonds ») ou de lignes de crédit indexées à des indicateurs extra-financiers spécifiques. Ces travaux spécifiques ne sont pas pris en compte dans les résultats présentés.

The background features abstract geometric shapes in various shades of teal and dark green. A large, light teal shape dominates the right side, while darker teal and dark green shapes are layered on the left side, creating a modern, layered effect.

# Annexes

# Liste des 100 entreprises étudiées

ACCOR	DANONE	IPSEN	SAFRAN
AIR FRANCE -KLM	DASSAULT AVIATION	IPSOS	SAINT GOBAIN
AIR LIQUIDE	DASSAULT SYSTEMES	JC DECAUX	SANOFI
ALSTOM	EDENRED	KERING	SCHNEIDER ELECTRIC
ALTEN	EDF	KLEPIERRE	SCOR
ARKEMA	EIFFAGE	KORIAN	SOCIETE GENERALE
ATOS	ELIOR GROUP	LA POSTE	SODEXO
AUCHAN	ELIS	LAGARDERE	SOPRA STERIA GROUP
AXA	ENGIE	LEGRAND	SPIE
BEL (UNIBEL)	ERAMET	L'OREAL	SUEZ
BIC	ESSILORLUXOTTICA	LVMH	TARKETT
BIOMERIEUX	EURAZEO	MAISONS DU MONDE	TECHNICOLOR
BNP PARIBAS	EUROPCAR MOBILITY	MERCIALYS	TELEPERFORMANCE
BOLLORE	FAURECIA	METROPOLE TV / GROUPE M6	THALES
BOUYGUES	FNAC DARTY	MICHELIN	TOTAL
BPCE	GECINA	NATIXIS	TRIGANO
BUREAU VERITAS	GROUPE ADP	NEXANS	UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD
CAPGEMINI	GROUPE PSA	NEXITY	VALEO
CARREFOUR	GROUPE SEB	ORANGE	VALLOUREC
CASINO	GROUPE VYV	ORPEA	VEOLIA
CGG	HERMES INTERNATIONAL	PLASTIC OMNIUM	VICAT
CNP ASSURANCES	ICADE	PUBLICIS GROUPE	VINCI
COVIVIO	ILIAD	QUADIANT (ex-NEOPOST)	VIVENDI
CREDIT AGRICOLE	IMERYS	RENAULT	WENDEL
CREDIT MUTUEL	INGENICO GROUP	REXEL	WORLDLINE

*Notre panel retenu pour le premier bilan de la DPEF en 2019 comprenait 102 sociétés : les sociétés listées ci-dessus et deux autres que nous avons retiré de cet exercice, à savoir Altran (acquisition par Capgemini) et Rothschild & Co (sortie du SBF120 en décembre 2019).*

# Réalisation de l'étude et contacts

Cette étude a été réalisée par les équipes Développement Durable des cabinets Deloitte et EY.

Côté Deloitte, ont notamment participé à cette étude sous la supervision de Julien Rivals : Radia Benhallam et Julie Chambonnière.

Côté EY, ont participé à cette étude sous la supervision d'Eric Duvaud : Hélène Odic et Elodie Lamboley.

Pour toute question, veuillez contacter :

- Medef : Lucie Togni, [ltogni@medef.fr](mailto:ltogni@medef.fr), 01 53 59 16 92
- Deloitte : Julien Rivals, [jivals@deloitte.fr](mailto:jivals@deloitte.fr), 06 85 02 68 34
- EY : Eric Duvaud, [eric.duvaud@fr.ey.com](mailto:eric.duvaud@fr.ey.com), 06 09 24 25 20