



COMMENT LE CAC 40 RÉPOND-IL AUX INVESTISSEURS ?

RAPPORT D'ENGAGEMENT - SAISON 3



QUESTIONS ÉCRITES AUX
ASSEMBLÉES GÉNÉRALES

2022

SAISON 3 :

Une tendance globale vers plus de transparence et de précision mais des faiblesses qui demeurent depuis trois ans

Les COP Climat et Biodiversité qui se sont tenues à la fin de l'année 2022 ont, une nouvelle fois, montré l'ampleur de la tâche à mener et de la nécessité d'une mobilisation collective. Ces COPs ont également souligné l'interdépendance des enjeux climatiques avec non seulement la lutte contre la perte de biodiversité mais également la lutte contre la pauvreté. Les investisseurs ont un rôle à jouer au côté des autres parties prenantes (gouvernements, société civile, citoyens, entreprises) dans ces mobilisations, en orientant les flux financiers mais aussi en exerçant une influence positive sur les acteurs économiques dans lesquels ils sont investis.

Depuis trois ans le FIR mène une campagne de questions écrites lors des assemblées générales des entreprises du CAC 40. En parallèle du dialogue, la conduite de cet exercice public est motivée par trois raisons principales. La première est de pointer à ces grandes entreprises les sujets qui sont importants aux yeux des investisseurs responsables : le dérèglement climatique, l'effondrement de la biodiversité, l'engagement dans une économie circulaire, l'égalité femme-homme, ou encore le partage de la valeur ajoutée, le dialogue social etc. La deuxième raison est d'encourager d'autres investisseurs peu sensibles à ces sujets à le devenir. La troisième motivation est de montrer aux épargnants, susceptibles de choisir des produits responsables, quels sont les sujets de vigilance des investisseurs et sur lesquels ils attendent des progrès des entreprises.

Pour réaliser cette campagne, le FIR a fait l'acquisition d'une action de chaque entreprise qui compose l'indice emblématique de l'économie française. Si ce portefeuille d'actions demeure modeste, les membres de sa commission « Dialogue et Engagement » gèrent, eux, plus de 4 500 milliards d'euros d'actifs, ce qui l'est un peu moins.

Cette année, nous avons réduit le nombre de questions – de treize à dix questions par rapport à 2021 – dans le but d'accroître la qualité des réponses.

Il est essentiel de noter que cet exercice évalue avant tout la transparence des entreprises sur des points spécifiques de leur responsabilité sociale et ne préjuge pas de la qualité globale de leur politique RSE. Ainsi, des entreprises ayant mieux répondu que d'autres à nos questions peuvent par ailleurs montrer des faiblesses ou faire l'objet de controverses sur certaines dimensions de leur politique et inversement, certaines entreprises être pénalisées par leur manque de transparence. De plus, pour pallier les biais liés à la présentation d'un score agrégé, nous présentons cette année en introduction le classement par thématiques environnementales, sociales et de gouvernance. Ces limites exposées, nous pouvons souligner les différents atouts de l'exercice : pouvoir exposer en assemblée générale, au conseil et aux actionnaires, des préoccupations majeures et exigeantes des investisseurs responsables, évaluer le degré de transparence des entreprises sur des points précis de leur performance extra-financière ou encore comparer les différents niveaux de maturité des réponses.

Si les questions ont été pour la plupart reformulées pour être précisées, certaines enlevées, d'autres ajoutées, nous pouvons cependant constater quelques tendances sur trois ans :

- Les trois quarts des entreprises voient leur note augmenter sur trois ans ce que nous pouvons considérer comme une prise au sérieux croissante de nos questions avec un niveau de précision et de détail globalement amélioré par rapport à 2020.
- Les entreprises progressent globalement sur leurs plans de décarbonation avec une amélioration de leur transparence sur les objectifs et les moyens pour les respecter ; toutefois, l'alignement avec un scénario 1,5 °C et les montants d'investissements pour atteindre les objectifs restent des axes de progrès significatifs. La question reliée à ce sujet arrive en deuxième position en termes de note moyenne (1,82/3), derrière la question de l'intégration des critères ESG dans les rémunérations (1,9/3).
- Les entreprises commencent à prendre conscience de leurs enjeux liés à la biodiversité et à la raréfaction des ressources. Si elles présentent pour la plupart leurs actions en faveur de la biodiversité, l'évaluation du niveau de dépendance est encore globalement difficile à l'exception de certaines entreprises appartenant plutôt à des secteurs à forte dépendance. De même, pour la raréfaction des ressources, l'évaluation des risques économiques et financiers associés est encore balbutiante.
- Les progrès les plus importants sur ces trois dernières années portent sur les questions de l'intégration de critères ESG dans les rémunérations des dirigeants et salariés (même si la question a été élargie aux dirigeants cette année, montrant un plus grand niveau de maturité sur l'intégration de ces critères au niveau des dirigeants qu'au niveau des salariés) ; ainsi que sur l'intégration des partenaires sociaux dans la définition et la mise en œuvre des stratégies RSE (comme sur le plan de vigilance), même si de gros efforts restent à fournir (note de 1,13/3).
- À l'inverse, comme depuis 2020, nous constatons à nouveau une performance en berne des entreprises sur les sujets du salaire décent (+0,08 par rapport à 2021 mais note moyenne toujours basse à 0,9/3) et de la responsabilité fiscale (-0,21 par rapport à 2021 pour s'établir à 0,62/3). La labellisation de l'épargne salariale doit aussi progresser, la labellisation de l'ensemble des fonds, ou à minima l'application de critères ESG exigeants, étant encore loin d'être acquise (note moyenne de 1/3).

À travers la lecture de ce document, le FIR espère que chacun.e d'entre vous pourra se faire une opinion sur la prise en compte de grands thèmes de la responsabilité sociale et son évolution depuis trois ans par les plus grandes entreprises françaises.



Caroline Le Meaux
Présidente de la commission
Dialogue et Engagement



Nathalie Lhayani
Présidente du FIR

SOMMAIRE

| | |
|------------------------|--------|
| Édito | page 2 |
| Synthèse des résultats | page 5 |

ENVIRONNEMENT

| | |
|---|---------|
| Question 1. Vous êtes-vous engagés explicitement à aligner vos revenus et vos investissements (CAPEX / OPEX / R&D / fusions-acquisitions, ...) avec l'objectif de l'Accord de Paris qui vise un réchauffement limité à 1,5 °C ? Comment vous assurez-vous que ces revenus et investissements respectent cet objectif (merci de décrire les méthodologies utilisées) ? Quels sont les principaux plans d'actions et, le cas échéant, les montants d'investissement associés mis en place pour atteindre cet objectif à horizon court, moyen et long termes ? | page 11 |
| Question 2. Quel est le pourcentage de vos activités (exprimé en chiffre d'affaires, revenu net bancaire, ...) qui dépend directement de la biodiversité ? Quelles sont vos dépenses en faveur de la biodiversité ? | page 17 |
| Question 3. Listez les ressources naturelles stratégiques nécessaires à l'exercice de votre activité et/ou à celle de vos clients (eau, énergie, matériaux, etc.) ? Comment évaluez-vous et calculez-vous l'impact de la raréfaction de ces ressources sur vos modèles économiques ? Quelles actions mettez-vous en place pour lutter contre les difficultés d'approvisionnement et saisir les opportunités de développement de « modèles d'affaires circulaires » ? Quels sont vos objectifs en la matière ? | page 23 |

SOCIAL

| | |
|---|---------|
| Question 4. Quelle est la proportion de vos mandataires sociaux et de vos salarié.e.s (répartis par typologie) concernés par l'intégration de critères environnementaux et sociaux (E&S) dans la détermination de leur rémunération variable (bonus, rémunération de long terme, intéressement, ...) ? Quels organes de gouvernance sont chargés du choix et de la validation de ces critères E&S ? Comment s'assurent-ils que ces critères sont à la fois pertinents, suffisamment incitatifs et corrélés aux objectifs à atteindre pour mener à bien la stratégie environnementale et sociale du groupe ? (Merci de préciser les critères extra-financiers retenus pour les mandataires sociaux et pour les salarié.e.s). | page 27 |
| Question 5. Quels enseignements tirez-vous des nouveaux modes d'organisation du travail liés à la pandémie du COVID-19 (travail à distance, digitalisation des modes de communication, flexibilité accrue, ...) mis en place dans votre entreprise en termes d'impacts sur les conditions de travail ? Comment votre stratégie de Ressources Humaines intègre-t-elle aujourd'hui ces nouveaux modes d'organisation ? Quel dialogue social a été mené sur le sujet (accords, réflexion partagée sur l'avenir du travail, ...), et ce dans l'ensemble de vos métiers et zones d'implantation ? | page 31 |
| Question 6. Avez-vous une définition du « salaire décent » ne se limitant pas au salaire minimum légal local ? Si oui, laquelle ? Comment votre société s'assure-t-elle que ses salarié.e.s, mais aussi les salarié.e.s de ses fournisseurs, bénéficient d'un salaire décent ? | page 34 |
| Question 7. Périmètre France : en dehors des investissements en titres de votre entreprise, quelle part des fonds d'épargne salariale proposés à vos salarié.e.s est labellisée responsable (labels ISR, Greenfin, CIES ou Finansol) ? Comment expliquez-vous le maintien de fonds non responsables en l'absence de différence de rentabilité et alors que la Place de Paris est leader sur le sujet ? Dans vos autres pays d'implantation : vos dispositifs d'épargne à l'intention de vos collaborateurs (retraite ou autres) intègrent-ils également des critères ESG ? Comment le conseil d'administration ou de surveillance encourage-t-il la souscription de ces types de fonds d'épargne salariale ? | page 37 |

GOVERNANCE

| | |
|---|---------|
| Question 8. Publiez-vous une charte détaillant vos engagements en matière de responsabilité fiscale ? Si oui, comment cette responsabilité fiscale s'intègre-t-elle plus largement au sein de votre responsabilité sociale ? Le conseil revoit-il et approuve-t-il cette charte ? Rendez-vous compte annuellement de l'application des principes de cette charte au travers d'un rapport de responsabilité fiscale ? Ce rapport détaille-t-il les impôts payés par pays ? | page 40 |
| Question 9. Publiez-vous une charte de lobbying responsable ? Êtes-vous membre d'associations professionnelles dont certaines positions sont controversées au regard de l'intérêt général ? Si oui, quelles actions menez-vous pour réorienter les positions de ces associations ? Quels moyens (humains et financiers) consolidés (i.e. sur l'ensemble de votre périmètre géographique) allouez-vous à la représentation d'intérêt ? | page 43 |
| Question 10. Comment votre Groupe intègre-t-il ses partenaires sociaux – aux niveaux local et global – aux différentes étapes de l'élaboration, de l'évolution et de la mise en oeuvre de son plan de vigilance ? Quels moyens le Groupe leur apporte-t-il pour accomplir cette mission ? Comment les partenaires sociaux sont-ils associés au compte-rendu sur la mise en oeuvre effective de ce plan de vigilance ? | page 46 |

| | |
|---|---------|
| Annexe I : Participants à la campagne de questions écrites | page 50 |
| Annexe II : Comparaison des résultats entre 2022, 2021 et 2020 | page 51 |
| Annexe III : Évolution des notes moyennes par question entre 2022 et 2020 | page 52 |
| Annexe IV : Questions écrites 2022/2021/2020 | page 52 |

Les réponses intégrales des entreprises sont disponibles sur le site du FIR : www.frenchsif.org

SYNTHÈSE DES RÉSULTATS

Les investisseurs responsables s'attachent à la durabilité de leurs investissements au sein d'une société qui doit relever des défis environnementaux, sociaux et de gouvernance majeurs comme la lutte contre le dérèglement climatique, la perte de la biodiversité, la raréfaction des ressources, la réduction des inégalités ou encore la fiscalité responsable. Ces investisseurs se mobilisent pour impacter positivement les pratiques des entreprises sur ces sujets et l'un des outils dont ils disposent à cet effet est le dialogue et l'engagement actionnarial. La campagne de questions écrites menée par le FIR s'inscrit dans cette volonté de pousser les entreprises à prendre conscience de l'importance de certains enjeux, à adopter les meilleures pratiques et, de ce fait, à renforcer leur performance extra-financière et leur durabilité.

De treize en 2021, le FIR est passé à dix questions en 2022

Comme depuis deux ans, possédant une action de chaque entreprise qui compose le CAC 40, le FIR a posé à chacune de ces 40 sociétés dix questions, portant sur dix grands thèmes de responsabilité sociale. Les réponses ont été analysées par des groupes de professionnels de l'approche ESG (Environnement, Social, Gouvernance), avec une grille de lecture commune.¹

Les dix questions ont été sélectionnées de façon nécessairement imparfaite et d'autres thèmes méritent également attention, néanmoins elles recouvrent dix grandes questions de la RSE qui importent à la construction d'entreprises résilientes et performantes dans la durée, en phase avec les attentes de la société et conscientes de leurs responsabilités.

Pour la troisième édition de sa campagne de questions écrites, au terme d'une réflexion collective, le FIR a décidé de poser trois questions de moins que l'année dernière (passant de treize à dix) visant à améliorer la qualité des réponses sur chaque question. La question relative à la politique d'égalité femmes / hommes (question 11 en 2021) – question collectant le plus fort score moyen – a été suspendue cette année. Au contraire, la question sur le ratio d'équité (question 10 en 2021), qui nécessitait visiblement une phase d'explication sur l'intérêt et l'usage de cet indicateur aux entreprises, a été retirée pour laisser le temps aux entreprises de se former. La question 4 de 2021 relative à la solidarité entre acteurs économiques, grandes et petites entreprises, face à la crise (du COVID-19)

a également été supprimée du fait de sa perte de pertinence lors de la rédaction des questions début 2022 bien que la crise énergétique actuelle la rende de nouveau appropriée. Enfin la question des critères ESG dans l'intéressement a été fusionnée avec celle des critères ESG pour la rémunération des dirigeants. Le FIR a continué à prendre soin de préciser ses questions, afin d'obtenir des réponses également plus précises et comparables.

En posant des questions écrites en assemblée générale, le FIR donne à tous les actionnaires, comme à toutes les personnes intéressées, la possibilité de bénéficier de réponses synthétiques sur ces questions essentielles, tout en permettant la comparaison des réponses des grandes entreprises entre elles. Cet exercice est à la fois un moyen de mieux comprendre l'approche des entreprises sur une question donnée et d'obtenir des précisions sur certains éléments, favorisant une meilleure évaluation de leur niveau d'ambition vis-à-vis de leur responsabilité sociale. Sans prétendre refléter l'ensemble de la politique de l'entreprise, l'exercice permet de cadrer les réponses au lieu de se laisser guider par les éléments communiqués par les entreprises par ailleurs.

L'analyse a été menée sur la base des réponses de 39 entreprises², de leur précision et ne préjuge pas de la qualité de l'ensemble des pratiques de l'entreprise sur le sujet. De fait, cela peut laisser la porte ouverte à une forme de *greenwashing* que les parties prenantes seront à même d'identifier à la lecture des réponses intégrales³.

Voici une synthèse des principaux résultats, dont vous pouvez retrouver les détails dans les pages suivantes.

Dix questions précises et détaillées, des réponses qui continuent de progresser

Cette année le FIR a volontairement réduit le nombre de questions posées en assemblée générale (-3 vs. 2021 et -2 vs. 2020) tout en tachant de gagner toujours davantage en précision et niveau de détail de la part des entreprises. Si elles ont conservé les mêmes thématiques, toutes les questions ont été reformulées à l'exception de la question 6. Cette reformulation avait pour but d'obtenir des réponses plus précises et de compléter des éléments manquants les années précédentes. Par

1. Bien que les évaluations soient soumises à une part de subjectivité des analystes, toutes les entreprises sont notées de 0 à 3 sur la base de critères clairement définis pour chaque question, évaluant à la fois la transparence et la précision de l'entreprise.

2. Malgré les relances, Eurofins Scientifc, entré dans le CAC 40 en septembre 2021, n'a pas souhaité répondre aux questions du FIR cette année.

3 https://www.frenchsif.org/isr_esg/wp-content/uploads/2023_reponses_Campagne-FIR-AG2022.pdf

exemple, la question 2 qui se concentrait la première année sur l'impact des activités de l'entreprise sur les écosystèmes a évolué en 2021 pour se concentrer sur les moyens pour limiter l'impact de la perte de la biodiversité sur les revenus futurs de l'entreprise et enfin, en 2022, sur le pourcentage d'activités dépendant directement de la biodiversité et les dépenses en faveur de celle-ci.

21 entreprises⁴ ont vu leur note augmenter par rapport à l'an dernier, L'Oréal (+0,75 point), Vinci (+0,63 point) et Danone (+0,59 point) connaissant les plus fortes progressions. Trois entreprises ont stagné et quinze ont vu leur note diminuer. À questions équivalentes⁵, 27 entreprises ont progressé, dix ont baissé et deux ont stagné par rapport à 2021. Les trois mêmes entreprises connaissent les plus gros progrès.

Comme depuis deux ans, les dix questions posées balayaient largement les principaux enjeux au cœur aujourd'hui de la responsabilité sociale des entreprises : mesure et objectifs liés à l'impact environnemental, dépendance et dépenses pour la biodiversité, gestion des ressources naturelles, évolution des conditions de travail, critères ESG dans les rémunérations, respect des droits humains, épargne responsable, politique fiscale, lobbying et implication des parties prenantes.

Le palmarès de cette troisième campagne

Au regard du score consolidé sur l'ensemble des questions, Orange et TotalEnergies arrivent en tête de cette troisième campagne avec une note de 2,1/3 en progression respectivement de 0,1 et 0,2 point⁶ par rapport à 2021. Permettant une vision plus granulaire, le classement par thématique (E, S et G) diffère :

- Sur la moyenne des trois questions environnementales, ce sont les entreprises Kering et Danone qui se situent à la tête du classement tandis qu'Orange et TotalEnergies ne sont plus que onzième (avec une moyenne de 1,67/3) ;
- Sur la moyenne des quatre questions sociales, L'Oréal, Michelin et TotalEnergies arrivent en tête ex-aequo avec un score plus faible que les premiers du classement des questions environnementales (2,25/3 vs. 2,67/3) ;
- Enfin sur les trois questions de gouvernance, on

retrouve TotalEnergies et Orange rejoints par Société Générale en tête du classement (2,67/3).

Si les deux premiers en moyenne générale, Orange et TotalEnergies, obtiennent le meilleur score respectivement sur :

- Les questions de l'intégration des partenaires sociaux dans la mise en place de nouveaux modes de travail (question 5), le lobbying responsable (question 9) et l'intégration des partenaires sociaux dans le plan de vigilance (question 10) pour Orange ;
- Les questions de salaire décent (question 6), de fiscalité responsable (question 8) et d'intégration des partenaires sociaux dans le plan de vigilance (question 10) pour TotalEnergies ;

Elles ont encore des progrès à réaliser sur les autres questions et notamment sur la mesure de leurs dépendances à la biodiversité et leurs dépenses sur le sujet (question 2). De plus, Orange n'a que faiblement progressé sur la question du salaire décent passant de 0 à 1 entre 2021 et 2022.

Michelin arrive en troisième position avec une note de 2/3 (+ 0,1 par rapport à 2021)⁷. Toutefois, l'entreprise n'a pas progressé sur sa responsabilité fiscale pour laquelle elle n'obtient toujours aucun point.

Dans le bas du tableau, on trouve toujours Airbus, suivie de STMicroelectronics puis Teleperformance et Pernod Ricard. Airbus, STMicroelectronics et Teleperformance voient leur score baisser légèrement par rapport à 2021⁸. Cela s'explique par la suppression de certaines questions sur lesquelles elles performaient relativement mieux mais aussi par une baisse de leur note sur d'autres questions dont le niveau d'exigence a augmenté (sur la question de la responsabilité fiscale par exemple, les notes d'Airbus et STMicroelectronics baissent). La plus grosse baisse du classement est attribuée à Legrand qui passe de 1,46 à 0,9 point (baisse sur les questions 2, 3, 5 et 8)⁹.

Des progrès de transparence et de précision constants sur trois ans mais moins importants en 2022 qu'en 2021

Globalement, depuis 2020, trois quarts des entreprises (30 entreprises) ont vu leur noter progresser¹⁰.

4. Par rapport à l'année dernière, une entreprise n'est plus évaluée car n'appartenant plus au CAC 40 : il s'agit d'Atos. Elle aurait dû être remplacée par Eurofins Scientific mais celle-ci n'a pas souhaité répondre aux questions du FIR cette année. En outre, la comparaison est ici réalisée sur la base des scores globaux de chaque année ne comprenant pas le même nombre de question d'une année sur l'autre.

5. Nous avons ici comparé les scores globaux de chaque entreprise à questions équivalentes, les questions 4, 10 et 11 ayant été retirées du calcul des scores globaux de 2021.

6. Comparaison ici des scores globaux 2022/2021 avec l'ensemble des questions pour chaque année.

7. Comparaison ici des scores globaux 2022/2021 avec l'ensemble des questions pour chaque année.

8. À questions équivalentes, seul le score de STMicroelectronics se dégrade.

9. À questions équivalentes, c'est également Legrand qui connaît la plus forte baisse, à égalité avec Crédit Agricole, avec -0,5 point.

10. Comparaison ici des scores globaux 2022/2020 avec l'ensemble des questions pour chaque année. Certaines questions posées en 2022 n'étaient pas encore formulées en 2020, ce qui rend la comparaison à question équivalente moins pertinente. Toutefois, sur les huit questions comparables entre 2022 et 2020, 33 entreprises voient leur score global augmenter.

Trois ont stagné et cinq ont vu leur note baisser¹¹. Globalement, depuis trois ans, la majorité des entreprises a donc amélioré sa transparence dans le cadre de son assemblée générale sur les sujets ESG, en fournissant des efforts supplémentaires de compréhension des questions et de précision dans leurs réponses. Les entreprises ayant progressé étaient plus nombreuses de 2020 à 2021 (29) que de 2021 à 2022 (21) cela pouvant s'expliquer à la fois par une exigence accrue des questions et analyses au fil des années et par la suppression de deux questions (questions 4 et 11) sur lesquelles les entreprises étaient relativement bien notées.

L'analyse du tableau des résultats fait ressortir une légère progression globale par rapport à l'année dernière avec une note moyenne aux dix questions s'établissant à 1,33/3 vs. 1,26/3 en 2021 et 1,04 en 2020.

Une majorité de réponses satisfaisantes (deux ou trois étoiles) a été apportée à trois questions (égal à l'année dernière) : 30 entreprises (vs. 16 en 2021) sur la question de l'alignement des CAPEX avec l'Accord de Paris (Q1) (mais seulement deux notes maximales), 24 entreprises (vs. 26 en 2021) sur la gestion de la raréfaction des ressources (Q3) et 31 entreprises sur la question de l'intégration des critères ESG dans les rémunérations (Q4). Les entreprises obtenant trois étoiles demeurent tout de même une minorité avec un maximum de sept entreprises aux questions sur le lobbying responsable (Q9) et sur l'intégration des partenaires sociaux dans le plan de vigilance (Q10). Pour une seule question (vs. trois en 2021), aucune entreprise n'obtient la note maximale : il s'agit de la question relative à la labellisation de l'épargne salariale (Q8). À la question relative à la responsabilité fiscale (Q9), une seule entreprise obtient la note maximale.

La question sur laquelle les entreprises sont globalement les plus matures est la question de l'intégration des critères ESG dans les rémunérations (Q4, élargie aux rémunérations des dirigeants et non plus que sur l'intéressement cette année). Par ailleurs, les deux questions ayant connu les plus fortes progressions par rapport à 2021 sont :

- la question 1 (alignement des revenus, investissements et plans d'actions avec l'Accord de Paris) : +0,33 point, 2^{ème} question obtenant la meilleure moyenne après la question 4 ;
- la question 10 (intégration des partenaires sociaux dans les plans de vigilance) : + 0,51 point.

À l'inverse, les questions qui connaissent les plus fortes dégradations de leur note moyenne sont les questions 7 sur la labellisation de l'épargne salariale (-0,28 point) et 8 sur la responsabilité fiscale (-0,21 point).

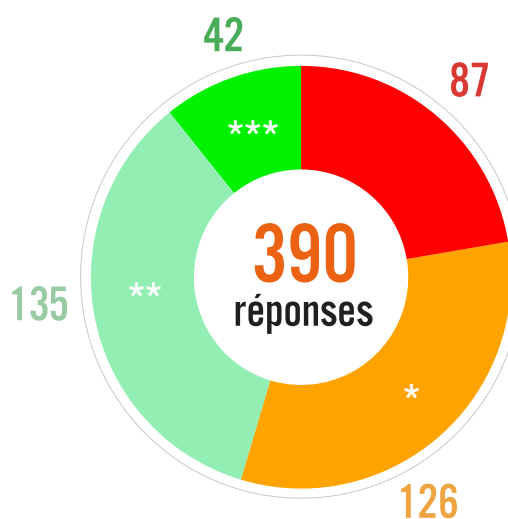
Les questions recevant les moins bonnes moyennes sont :

- la question 6 sur le salaire décent (comme depuis 2020) même si elle progresse de +0,06 point depuis 2020 pour s'établir à 0,9/3 ;
- et la question 8 relative à la responsabilité fiscale avec une note de 0,62/3, moins bonne moyenne des dix questions. La dégradation peut s'expliquer en partie par une question plus complète qu'en 2021.

D'une manière générale, les entreprises ont encore de gros progrès à faire en particulier sur leur compréhension et mise en œuvre d'un salaire décent dans l'ensemble de leur chaîne de valeur et sur leur capacité à intégrer la responsabilité fiscale à la responsabilité sociale d'entreprise.

En 2023, toujours dans une démarche constructive d'investisseurs responsables, au travers de sa plateforme d'engagement, le FIR va poursuivre ses campagnes de questions écrites lors des assemblées générales.

Nous souhaitons que la qualité des réponses se renforcent sur la forme, plus complète et plus précise, ainsi que sur le fond avec une prise en compte accrue de ces sujets de développement durable. Parallèlement, nous continuerons à solliciter des dialogues avec les entreprises pour expliquer notre démarche et nos attentes sur les questions.



Note : 390 réponses du CAC 40

Pour consulter l'ensemble des réponses des entreprises,

[cliquez ici](#)

11. Évolution comparable sur la base de 38 entreprises, Atos et Accor étant sortis du CAC 40 respectivement en 2021 et 2020.

Le cas Eurofins Scientific :

Malgré nos relances, l'entreprise n'a pas fourni de réponses aux questions du FIR cette année. Ce manque de transparence envers ses actionnaires est considéré comme un manque de maturité de l'entreprise peu acceptable pour une entreprise du CAC 40. D'une manière générale, nous constatons que les entreprises du CAC 40 ayant un siège social basé hors de France, comme celui d'Eurofins Scientific qui se situe au Luxembourg, ont tendance à être moins transparentes par rapport à leur performance extra-financière que leurs pairs dont le siège est basé en France.

Entreprises du CAC 40 ayant leur siège social hors de France : Airbus (Pays-Bas), ArcelorMittal (Luxembourg), Eurofins Scientific (Luxembourg), STMicroelectronics (Pays-Bas).

Application d'un malus :

Cette année, pour les cinq entreprises (LVMH, Michelin, Pernod Ricard¹², TotalEnergies et Vivendi) qui ne fournissent pas d'adresse mail générique permettant d'envoyer des questions écrites en ligne, et obligeant à un envoi postal avec accusé de réception, considérant cela comme un frein au dialogue, nous avons appliqué un malus au score général de 0,1 point.

12. Nous avons apprécié la réponse écrite de Pernod Ricard aux questions du FIR qui se contentait les deux années précédentes de répondre oralement, même si nous aurions préféré que l'entreprise réponde à la fois oralement et par écrit.

TABLEAU DE NOTES À L'ENSEMBLE DES QUESTIONS

| Noms des entreprises | Q1 | Q2 | Q3 | Q4 | Q5 | Q6 | Q7 | Q8 | Q9 | Q10 | Note 2022 |
|---------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----------|
| AIR LIQUIDE | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 0 | 1 | 0 | 1 | 2 | 1,30 |
| AIRBUS GROUP | 1 | 0 | 2 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0,50 |
| ALSTOM | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | 3 | 0 | 1,20 |
| ARCELORMITTAL | 2 | 1 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0,80 |
| AXA | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 0 | 1 | 2 | 1 | 0 | 1,20 |
| BNP PARIBAS | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 0 | 1,90 |
| BOUYGUES | 2 | 0 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0,90 |
| CAPGEMINI | 3 | 0 | 1 | 3 | 2 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1,10 |
| CARREFOUR | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 0 | 2 | 2 | 1,60 |
| CRÉDIT AGRICOLE | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 0 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1,20 |
| DANONE | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1,90 |
| DASSAULT SYSTÈMES | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 0 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1,50 |
| ENGIE | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 1 | 1 | 3 | 1,30 |
| ESSILOR LUXOTTICA | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 1,00 |
| HERMÈS | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1,00 |
| KERING | 2 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 3 | 0 | 1,90 |
| L'OREAL | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 0 | 2 | 2 | 1,90 |
| LEGRAND | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0,90 |
| LVMH | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 2 | 0 | 1,00 |
| MICHELIN | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 0 | 3 | 2 | 2,00 |
| ORANGE | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2,10 |
| PERNOD RICARD | 1 | 0 | 2 | 2 | 2 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0,70 |
| PUBLICIS | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0,90 |
| RENAULT | 2 | 1 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 0 | 3 | 2 | 1,90 |
| SAFRAN | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1,60 |
| SAINT-GOBAIN | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,80 |
| SANOFI | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 1 | 2 | 3 | 1,40 |
| SCHNEIDER ELECTRIC | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 0 | 0 | 2 | 2 | 1,90 |
| SOCIÉTÉ GÉNÉRALE | 2 | 0 | 1 | 2 | 1 | 0 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1,60 |
| STELLANTIS | 2 | 2 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1,00 |
| STMICROELECTRONICS | 2 | 0 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,60 |
| TELEPERFORMANCE | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,70 |
| THALES | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 0 | 1 | 0 | 1 | 2 | 1,30 |
| TOTALENERGIES | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2,10 |
| UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1,10 |
| VEOLIA | 2 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 1,90 |
| VINCI | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 3 | 1,40 |
| VIVENDI | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 2 | 1,00 |
| WORLDLINE | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 0 | 2 | 0 | 1,60 |

TABLEAUX DES NOTES REGROUPÉES PAR THÉMATIQUE ENVIRONNEMENTALE, SOCIALE, DE GOUVERNANCE

Questions Environnementales

| Noms des entreprises | Moyenne |
|---------------------------|---------|
| AIR LIQUIDE | 1,67 |
| AIRBUS GROUP | 1,00 |
| ALSTOM | 1,67 |
| ARCELORMITTAL | 1,67 |
| AXA | 1,33 |
| BNP PARIBAS | 2,00 |
| BOUYGUES | 1,00 |
| CAPGEMINI | 1,33 |
| CARREFOUR | 2,33 |
| CRÉDIT AGRICOLE | 1,00 |
| DANONE | 2,67 |
| DASSAULT SYSTÈMES | 2,00 |
| ENGIE | 1,33 |
| ESSILOR LUXOTTICA | 1,67 |
| HERMÈS | 1,67 |
| KERING | 2,67 |
| L'ORÉAL | 2,00 |
| LEGRAND | 1,33 |
| LVMH | 1,33 |
| MICHELIN | 2,33 |
| ORANGE | 1,67 |
| PERNOD RICARD | 1,00 |
| PUBLICIS | 1,33 |
| RENAULT | 2,00 |
| SAFRAN | 1,67 |
| SAINT-GOBAIN | 1,67 |
| SANOFI | 1,33 |
| SCHNEIDER ELECTRIC | 2,33 |
| SOCIÉTÉ GÉNÉRALE | 1,00 |
| STELLANTIS | 1,67 |
| STMICROELECTRONICS | 1,00 |
| TELEPERFORMANCE | 1,00 |
| THALES | 1,67 |
| TOTALENERGIES | 1,67 |
| UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD | 1,33 |
| VEOLIA | 1,67 |
| VINCI | 1,33 |
| VIVENDI | 1,33 |
| WORLDLINE | 2,33 |

Questions Sociales

| Noms des entreprises | Moyenne |
|---------------------------|---------|
| AIR LIQUIDE | 1,25 |
| AIRBUS GROUP | 0,50 |
| ALSTOM | 1,00 |
| ARCELORMITTAL | 0,50 |
| AXA | 1,25 |
| BNP PARIBAS | 2,00 |
| BOUYGUES | 1,00 |
| CAPGEMINI | 1,50 |
| CARREFOUR | 1,25 |
| CRÉDIT AGRICOLE | 1,00 |
| DANONE | 1,50 |
| DASSAULT SYSTÈMES | 1,25 |
| ENGIE | 1,00 |
| ESSILOR LUXOTTICA | 0,75 |
| HERMÈS | 0,75 |
| KERING | 1,75 |
| L'ORÉAL | 2,25 |
| LEGRAND | 1,00 |
| LVMH | 1,25 |
| MICHELIN | 2,25 |
| ORANGE | 2,00 |
| PERNOD RICARD | 1,25 |
| PUBLICIS | 1,00 |
| RENAULT | 2,00 |
| SAFRAN | 1,75 |
| SAINT-GOBAIN | 0,75 |
| SANOFI | 1,00 |
| SCHNEIDER ELECTRIC | 2,00 |
| SOCIÉTÉ GÉNÉRALE | 1,25 |
| STELLANTIS | 0,75 |
| STMICROELECTRONICS | 0,75 |
| TELEPERFORMANCE | 1,00 |
| THALES | 1,25 |
| TOTALENERGIES | 2,25 |
| UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD | 1,25 |
| VEOLIA | 2,00 |
| VINCI | 1,75 |
| VIVENDI | 1,00 |
| WORLDLINE | 1,75 |

Questions de Gouvernance

| Noms des entreprises | Moyenne |
|---------------------------|---------|
| AIR LIQUIDE | 1,00 |
| AIRBUS GROUP | 0,00 |
| ALSTOM | 1,00 |
| ARCELORMITTAL | 0,33 |
| AXA | 1,00 |
| BNP PARIBAS | 1,67 |
| BOUYGUES | 0,67 |
| CAPGEMINI | 0,33 |
| CARREFOUR | 1,33 |
| CRÉDIT AGRICOLE | 1,67 |
| DANONE | 1,67 |
| DASSAULT SYSTÈMES | 1,33 |
| ENGIE | 1,67 |
| ESSILOR LUXOTTICA | 0,67 |
| HERMÈS | 0,67 |
| KERING | 1,33 |
| L'ORÉAL | 1,33 |
| LEGRAND | 0,33 |
| LVMH | 0,67 |
| MICHELIN | 1,67 |
| ORANGE | 2,67 |
| PERNOD RICARD | 0,00 |
| PUBLICIS | 0,33 |
| RENAULT | 1,67 |
| SAFRAN | 1,33 |
| SAINT-GOBAIN | 0,00 |
| SANOFI | 2,00 |
| SCHNEIDER ELECTRIC | 1,33 |
| SOCIÉTÉ GÉNÉRALE | 2,67 |
| STELLANTIS | 0,67 |
| STMICROELECTRONICS | 0,00 |
| TELEPERFORMANCE | 0,00 |
| THALES | 1,00 |
| TOTALENERGIES | 2,67 |
| UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD | 0,67 |
| VEOLIA | 2,00 |
| VINCI | 1,00 |
| VIVENDI | 1,00 |
| WORLDLINE | 0,67 |

QUESTION 1.

Vous êtes-vous engagés explicitement à aligner vos revenus et vos investissements (CAPEX / OPEX / R&D / fusions-acquisitions, ...) avec l'objectif de l'Accord de Paris qui vise un réchauffement limité à 1,5 °C ? Comment vous assurez-vous que ces revenus et investissements respectent cet objectif (merci de décrire les méthodologies utilisées) ? Quels sont les principaux plans d'actions et, le cas échéant, les montants d'investissement associés mis en place pour atteindre cet objectif à horizon court, moyen et long termes ?

Les entreprises sont confrontées à la pression de différentes parties prenantes afin de mettre en œuvre des plans conformes à un processus de décarbonation visant à limiter le réchauffement à 1,5 °C d'ici la fin du siècle. Les investisseurs, les régulateurs et les représentants de la société civile prêtent une attention croissante à ce sujet sensible. L'Accord de Paris et l'ambition de lutter contre le changement climatique, ou encore la taxonomie européenne et la définition d'un système de classification commun pour mieux comprendre la contribution des activités aux différents objectifs environnementaux, poussent les entreprises à disposer d'une stratégie définie et cohérente intégrant des objectifs environnementaux.

Les actions mises en œuvre pour favoriser la transition climatique doivent être quantifiées pour comprendre la contribution réelle des entreprises. La question posée

cherche à comprendre le processus de décarbonation des entreprises et leur alignement sur les objectifs de l'Accord de Paris. Par rapport à l'année dernière, nous allons plus loin, en demandant aux entreprises si elles se sont engagées à aligner leurs revenus et investissements avec l'objectif de l'Accord de Paris et le détail de leur plan d'actions à court, moyen et long termes. La transparence sur les montants d'investissement demeure un critère d'évaluation important ainsi que la crédibilité de la stratégie mise en œuvre.

Afin de mieux évaluer l'alignement et les actions mises en œuvre par les sociétés, il est utile d'avoir une approche sectorielle. Cette dernière permet une meilleure comparabilité entre les différents acteurs de chaque industrie. Cette année nous avons présenté les secteurs en fonction de leur évolution par rapport à l'année dernière :

Les secteurs suivants ont vu leur moyenne progresser depuis l'année dernière (présenté par ordre décroissant, de la meilleure moyenne à la plus basse) :

Services¹³

Moins directement exposés aux risques liés au changement climatique, les acteurs du secteur des services se sont dotés d'objectifs à court terme validés par Science Based Targets initiative (SBTi) alors qu'ils étaient peu engagés l'année dernière. Capgemini, Teleperformance et Dassault Systèmes se sont également engagés à atteindre la neutralité carbone d'ici 2050 (Capgemini) et 2040 (Teleperformance et Dassault Systèmes). Worldline, Capgemini et Dassault Systèmes ont identifié plusieurs

leviers d'action pour respecter leurs promesses et ont identifié leurs investissements éligibles à la taxonomie. Teleperformance évoque en quelques grandes lignes son plan mais ne donne pas de détails. L'entreprise n'aborde pas le sujet de ses investissements. Ainsi tous les acteurs voient leur note s'améliorer sur trois ans, à l'exception de Dassault Systèmes dont la note se maintient au même niveau. Worldline et Capgemini se démarquent en obtenant une note de 3 étoiles.

13. Capgemini, Dassault Systèmes, Teleperformance et Worldline.

Automobile¹⁴

Conscients des enjeux et de leur contribution aux émissions de gaz à effet de serre, les sociétés du secteur de l'automobile font face à des défis importants pour décarboner leur modèle économique tant sur le plan de la production que sur leur empreinte carbone lors de la phase d'usage de leurs produits. Les engagements pris en matière de réduction d'émissions de CO₂ s'inscrivent pour la plupart dans une trajectoire de « *bien en-dessous de 2 °C* » sans pour autant être suffisamment ambitieux pour se conformer à un scénario de réchauffement climatique en-dessous de 1,5 °C. Toutes détaillent les plans d'actions mis en place pour s'assurer du bon alignement de leurs objectifs avec les scénarios de réchauffement de référence, ce qui se traduit par des notes en progrès sur les trois dernières années s'élevant pour toutes à 2 points. Michelin met en avant la décarbonation de ses opérations au travers de l'électrification des processus industriels ou

de l'orientation de sa consommation d'électricité vers des énergies renouvelables. La transition vers une mobilité bas carbone des biens et des services est quant à elle assurée par des investissements en R&D. De même, les actions menées par Renault portent sur la fabrication de véhicules ainsi que sur leur phase d'usage en électrifiant, entre autres, 100 % des nouveaux modèles de véhicules particuliers d'ici 2025. En 2021, 9 % du chiffre d'affaires consolidé du Groupe Renault est réalisé par des véhicules émettant moins de 50 g CO₂/km¹⁵. Stellantis se démarque en affichant des objectifs alignés avec ceux de l'Accord de Paris (scénario 1,5 °C) et en s'engageant à déployer 30 milliards d'euros d'investissements d'ici 2025 pour la réalisation de son plan. La méthodologie utilisée pour s'assurer de la conformité entre les investissements et les objectifs n'est pour autant pas communiquée.

Industrie¹⁶

Les acteurs du secteur de l'industrie, étant très hétérogènes, se confrontent à la problématique de la décarbonation sous des angles d'action différents. Toutefois, les sociétés sont toutes conscientes qu'un des axes principaux pour tracer un scénario climatique compatible avec l'Accord de Paris est d'investir dans l'innovation et la modernisation des process industriels ainsi que dans l'efficacité énergétique. Si Thales, Safran et Airbus ont soumis leur plan décarbonation à la validation de la SBTi, les autres acteurs ont déjà vu leurs objectifs approuvés par l'initiative sur une trajectoire 1,5 °C. Toutes les sociétés ont des plans d'actions variés. Une feuille de route détaillée est souvent définie pour les *scopes* 1

et 2, alors que pour le *scope* 3, les procédés sont moins précis et les périmètres pris en compte variables. Même s'il n'est pas exhaustif, nous reconnaissons que l'effort de communication sur les objectifs chiffrés du *scope* 3 de Legrand, Alstom et Safran est réel. Il associe des actions précises à court et moyen termes. Enfin, Saint-Gobain a chiffré ses investissements relatifs au CAPEX et R&D liés aux objectifs de décarbonation à horizon 2030 avec un détail des allocations sur l'année 2021. Plus de la moitié des acteurs se sont améliorés sur trois ans, pour une minorité la note est restée la même. Aucun acteur ne reçoit une note de 3 points étant donnée l'absence d'au moins un élément jugé pertinent dans notre grille d'analyse.

Immobilier¹⁷

Plus forte progression depuis l'année dernière, le secteur de l'immobilier et de la construction est surveillé pour sa forte exposition aux risques liés au changement climatique qui sont notamment dûs à sa forte consommation de matières premières et d'énergie. Toutes les sociétés du panel se sont engagées à aligner leurs métiers sur une trajectoire compatible avec l'Accord de Paris. Seul Bouygues n'a pas chiffré ses objectifs, ni obtenu la validation de ces derniers par SBTi mais s'est engagé à l'avoir. En revanche, aucun objectif au-delà de 2030 n'a été défini et les plans d'actions sont plus ou moins développés en fonction des acteurs. Vinci évoque brièvement l'inclusion de ses objectifs dans les politiques environnementales de chaque pôle, mais ne mentionne pas les investissements nécessaires contrairement à

l'année dernière où un ordre de grandeur était donné. À l'inverse, Bouygues mentionne plusieurs leviers d'actions et une enveloppe d'investissement chiffrée pour les atteindre (sans toutefois préciser son allocation entre les différents leviers). Quant à URW, le groupe définit pour chaque actif un plan d'actions énergétique, fixant une trajectoire opérationnelle pour atteindre ses objectifs ; prend en compte les investissements nécessaires dans ses budgets (URW ne précise cependant pas leurs montants) ; pilote un outil de suivi depuis 2021 et intègre des critères d'émission de GES dans les prises de décision d'investissement. Ainsi, Bouygues et URW voient leur note s'améliorer sur 3 ans, tandis que la note de Vinci s'est dégradée sur la même période mais s'est maintenue par rapport à 2021.

14. Michelin, Renault, Stellantis.

15. Pour comparaison, selon l'Ademe et Carlabelling, la moyenne des émissions de CO₂ des véhicules neufs essence vendus en France en 2020 s'établissait à 109 gCO₂/km.

16. Airbus, Alstom, Legrand, Safran, Saint-Gobain, Schneider Electric, STMicroelectronics, Thales.

17. Bouygues, URW, Vinci.

Médias / Télécoms¹⁸

Les acteurs du secteur média / télécom ont un impact direct relativement limité sur le changement climatique, toutefois ils peuvent avoir une influence sur leur chaîne de valeur amont et aval. Publicis et Orange se sont engagées à être neutre en carbone d'ici 2040 et Vivendi d'ici 2025. Cette dernière société ne précise pas la part de compensation lui permettant d'atteindre son objectif si rapidement ni les scopes inclus dans cet objectif, celui-ci n'étant pas encore validé par SBTi. En revanche, Vivendi adapte les montants de CAPEX et OPEX en fonction notamment des émissions des gaz à effet de serre et

précise que l'étude des investissements nécessaires à la réalisation de ses objectifs est en cours. Orange a un objectif à court terme (2025) aligné avec un scénario de réchauffement limité à 1,5 °C validé par SBTi. Publicis a obtenu cette validation pour ses objectifs court et long termes. Des leviers d'action ont été identifiés par les deux groupes, mais aucun ne publie les investissements nécessaires pour respecter leurs engagements. Le secteur média / télécom voit sa note moyenne baisser par rapport à 2020 mais augmenter par rapport à 2021.

Consommation de base¹⁹

L'engagement du secteur de la consommation de base pour aligner ses revenus et ses investissements avec l'objectif de l'Accord de Paris reste encore trop hétérogène. Bien que chacune des entreprises revues intègre dans ses objectifs climats les trois catégories d'émissions (scopes 1, 2 et 3), les plans d'actions semblent plus ou moins ambitieux lorsqu'il s'agit d'abaisser les émissions associées à la chaîne de valeur, qui pèsent pourtant le plus lourd dans le bilan carbone. Ainsi, au cours des trois dernières années, seul L'Oréal marque une progression et voit sa note relevée à 2 points en s'engageant à s'aligner sur un scénario 1,5 °C et en se fixant des objectifs de réduction des gaz à effet de serre (GES) en valeur absolue pour l'ensemble de sa chaîne de valeur. Son plan d'actions d'ici 2030 est chiffré et accompagné d'étapes intermédiaires à horizon de court et moyen termes. Danone confirme ses

engagements et ses objectifs à 2030 pour les scopes 1, 2, et 3 (engagement pour un scénario 1,5 °C, objectifs alignés avec un scénario 2 °C validés par les SBTi). La note de 2 points de Danone reste stable par rapport à 2020. Pernod Ricard a un objectif scopes 1 et 2 aligné avec un scénario 1,5 °C et est en train de revoir son objectif de scope 3 dans le but de l'aligner avec ce scénario. Carrefour, quant à lui, n'a pas encore défini de plan d'actions pour réduire ses émissions carbone du scope 3 lui permettant d'être aligné avec un objectif 1,5 °C. Pernod Ricard et Carrefour se voient attribuer une note de 1 point en attendant que leurs objectifs soient réhaussés. Dans l'ensemble, les montants d'investissements associés mis en place pour atteindre l'objectif de l'Accord de Paris ne sont pas communiqués ce qui ne permet pas d'attribuer de note maximale sur ce secteur.

Consommation discrétionnaire²⁰

À l'instar du secteur de la consommation de base, l'alignement des revenus et des investissements des acteurs de ce secteur avec un processus de décarbonation visant à limiter le réchauffement à 1,5 °C d'ici la fin du siècle, ne semble réalisable que si les objectifs et plans d'actions de ces entreprises tiennent compte des émissions carbone de leur chaîne d'approvisionnement en amont comme en aval. EssilorLuxottica divulgue son premier plan d'actions en matière de lutte contre le changement climatique mais uniquement pour ses scopes 1 et 2) ce qui lui vaut d'obtenir un point contre 0 en 2020. Hermès a révisé à la hausse ses objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre dans le but d'aligner

sa stratégie avec l'objectif de l'Accord de Paris (scénario 1,5 °C). Mais là encore, si les objectifs portent sur les 3 scopes, le plan d'actions communiqué se limite aux scopes 1 et 2. Sa note reste ainsi inchangée à 1 point. LVMH et Kering se distinguent par des plans d'actions ambitieux accompagnés d'objectifs à moyen et long termes portant sur l'ensemble de la chaîne de valeur et se sont engagés à s'aligner avec un scénario 1,5 °C. Pour autant aucun ne communique sur les montants d'investissement nécessaires à l'atteinte de leurs objectifs. Par conséquent, aucune des entreprises du secteur de la consommation discrétionnaire ne reçoit la note maximale de 3 points.

18. Orange, Publicis et Vivendi.

19. Carrefour, Danone, L'Oréal, Pernod Ricard.

20. Essilor Luxottica, Hermès, Kering, LVMH.

Conservant un niveau correct²¹, la moyenne des quatre secteurs suivants se dégrade par rapport à l'an passé :

Énergie / Matériaux²²

Le caractère stratégique des secteurs de l'énergie et des matériaux pour la lutte contre le réchauffement climatique repose sur leur rôle central dans la transition énergétique vers une économie bas carbone. L'objectif de l'Accord de Paris impose, en effet, une décroissance longue et importante de nos modes de production et de consommation des énergies fossiles en faveur d'une utilisation d'énergies peu carbonées. Ainsi, chacun de ces acteurs a élaboré des plans d'investissements ambitieux pour faciliter l'abandon des énergies historiques vers des énergies renouvelables. Pour autant, tous n'ont pas encore aligné leurs objectifs avec un scénario 1,5 °C. Air Liquide a défini son plan d'actions à partir notamment des travaux du GIEC (en particulier le rapport spécial 1,5 °C) et de ceux de l'AIE. Le montant des investissements nécessaires pour mettre en place cette stratégie est étalé sur plusieurs horizons, dont 8 milliards d'euros d'investissements consacrés à la transition énergétique pour la période 2022-2025 et 8 milliards supplémentaires d'ici 2035. La note baisse par rapport à 2021 pour retrouver son niveau de 2020, dans la mesure où les objectifs climat du groupe sont alignés sur une trajectoire de « bien en-dessous de 2 °C » et non pas de 1,5 °C. ArcelorMittal

visé la neutralité carbone en 2050 et a également défini des objectifs de réduction de gaz à effet de serre d'ici 2030. La stratégie de décarbonation du groupe repose sur un plan d'investissement s'élevant à 10 milliards de dollars d'ici 2030. SBTi n'a que récemment lancé son groupe de travail sur l'industrie sidérurgique. Il n'existe donc pas à ce jour de standard « sciences-based » de trajectoire 1,5 °C pour le secteur. Il en va de même pour le secteur oil & gas. TotalEnergies a défini des objectifs à court (2025), moyen (2030) et long terme : neutralité carbone en 2050 visant à réduire les émissions de gaz à effet de serre de ses activités industrielles (scopes 1 et 2) ainsi que les émissions résultant de l'utilisation de ses produits énergétiques par ses clients (scope 3). Pour la période 2022-2025, le groupe s'est engagé à ce que les montants investis dans les énergies renouvelables et décarbonées soient supérieurs aux investissements dans les nouveaux projets pétroliers. En particulier, 25 % des 13 à 16 milliards de dollars/an de Capex pour cette période seront alloués aux énergies renouvelables et à l'électricité, 20 % au GNL et 5 % aux nouvelles molécules (biofuels, biogaz, hydrogène, e-fuels). Aucun acteur n'étant engagé sur une trajectoire 1,5 °C, aucune note maximale n'a été attribuée.

Services aux collectivités²³

Le secteur des services aux collectivités est fortement exposé et joue un rôle de premier ordre dans la lutte contre le réchauffement climatique. L'investissement dans les nouvelles technologies comme les énergies renouvelables, le biométhane, la capture du carbone et l'hydrogène, sont au cœur des actions de reconversion. Si Engie décrit les leviers pour atteindre les objectifs chiffrés de réduction de GES sur les trois scopes, avec des investissements de l'ordre de 6 à 7 milliards d'euros entre 2021 et 2023 dédiés aux renouvelables, Veolia se limite à décrire ses actions sur les scopes 1 et 2 et vise des investissements autour de 1,2 milliard d'euros pour convertir ses centrales à charbon en Europe d'ici à

2030. Cette dernière entreprise devra aussi élaborer une nouvelle feuille de route après finalisation de l'intégration des entités provenant de Suez. Enfin, bien qu'elle ait signé la Business Ambition for 1,5 °C, Veolia est pour le moment alignée sur une trajectoire « bien en dessous de 2 °C ». Engie vise une trajectoire « bien en dessous de 2 °C » mais la trajectoire validée par SBTi est pour le moment alignée avec 2 °C. Engie considère une trajectoire de 1,5 °C comme trop risquée et inenvisageable vis-à-vis des activités actuelles. Les deux acteurs restent au niveau des évaluations réalisées il y a deux ans, avec une note stable à 2, Engie perdant un point par rapport à l'année dernière.

Santé²⁴

Unique acteur du secteur de la santé ayant répondu²⁵, Sanofi a mis en place un plan de décarbonation visant une trajectoire de 1,5 °C avec des objectifs validés par SBTi. Il envisage d'atteindre la neutralité carbone à horizon 2030 sur toute la chaîne de valeur, avec un plan de compensation carbone pour les émissions résiduelles.

Le Groupe renvoie à son DEU pour avoir plus de détails sur les axes de son plan de décarbonation et les CAPEX. Il y divulgue simplement ceux contribuant à la réduction des émissions sur ses opérations, ce qui conduit à une notation stable par rapport à 2020 (2 étoiles) mais en retrait par rapport à 2021.

21. Entre 1,75 et 2/3.

22. Air Liquide, ArcelorMittal, TotalEnergies.

23. Engie, Veolia.

24. Sanofi.

25. Eurofins Scientifc, nouvel entrant dans la campagne de questions écrites 2022, n'a pas répondu cette année.

Finance²⁶

Le secteur de la finance, via ses financements et ses activités d'assurance, a une place essentielle dans la lutte contre le changement climatique. Les différents acteurs en sont conscients et ils se sont tous engagés à financer une économie alignée sur une trajectoire de réchauffement limité à 1,5 °C d'ici 2050. En revanche, la définition d'objectifs et leur couverture varient d'un acteur à l'autre, chacun se concentrant sur les principaux secteurs financés. Seul Crédit Agricole n'a pas communiqué d'objectif chiffré. Le groupe a prévu de les rendre publics fin 2022. Les plans d'actions sont encore plus hétérogènes : AXA ne les mentionne pas, Crédit Agricole les évoque mais ne les détaille pas dans l'attente de ses publications en fin d'année, Société Générale aborde la réduction de ses expositions au charbon et au pétrole et gaz, tandis que BNP Paribas a renforcé ses équipes dédiées aux enjeux

climatiques, soutient financièrement l'accompagnement de ses clients dans la transition vers une économie bas-carbone et a mis en place une gouvernance dédiée. En revanche, tous les acteurs communiquent sur des objectifs d'investissements durables (BNP Paribas entre le plus dans les détails), avec des montants très différents d'un acteur à l'autre. Cela va de 26 milliards d'euros pour des investissements verts à 300 milliards d'euros (jusqu'en 2025) pour des financements en faveur de la transition énergétique. Il est toutefois regrettable de ne pas avoir une vue globale des investissements et financements pour savoir quelle part représente concrètement ces montants. Les notes de tous les acteurs se sont détériorées sur trois ans, à l'exception de BNP Paribas et Société Générale dont la note stagne à 2 par rapport à 2020.

Conclusion

L'élargissement et la clarification de la question²⁷ par rapport aux années précédentes a fait ressortir des axes d'amélioration, notamment pour les acteurs suivants :

- Carrefour annonce une stratégie climat partiellement alignée avec l'Accord de Paris. Le groupe travaille à relever ses objectifs de réduction des émissions carbone du *scope 3*, extrêmement importants vis-à-vis de son activité ;
- Au moment de sa réponse, Crédit Agricole n'avait pas encore dévoilé ses objectifs de décarbonation concernant les principaux secteurs de l'économie qu'elle finance. L'entreprise les a finalement publiés fin 2022²⁸ ;
- Vinci ne donne pas de détails sur son plan d'actions et sur les investissements nécessaires pour atteindre les objectifs annoncés ;
- ou encore Airbus et EssilorLuxottica restent encore très vagues dans leurs réponses et ne semblent toujours pas disposer d'objectifs validés par SBTi.

À l'inverse, plusieurs entreprises ont amélioré leurs engagements, même si leurs plans d'actions ne sont pas tous alignés avec les meilleures pratiques. En particulier, des acteurs comme Capgemini ou Worldline font preuve d'une stratégie crédible et chiffrée pour leurs engagements.

La majorité des secteurs ont vu leur note moyenne s'améliorer sur cette question depuis l'année dernière en premier lieu desquels figurent les secteurs des services, de l'immobilier et de l'automobile. Les secteurs bancaires, énergie et matériaux et services aux collectivités suivent une trajectoire inverse. Cela est dû, entre autres, à une exigence accrue sur la couverture des objectifs fixés ainsi que sur le scénario de référence utilisé.

26. AXA, BNP Paribas, Crédit Agricole, Société Générale.

27. En 2020, la question était comment les CAPEX sont alignés ; en 2022, la demande portait sur l'engagement à aligner les investissements avec un scénario 1,5 °C, la transparence sur ces investissements, ainsi que de la robustesse du plan d'actions par rapport aux objectifs fixés.

28. <https://www.credit-agricole.com/pdfPreview/196180>

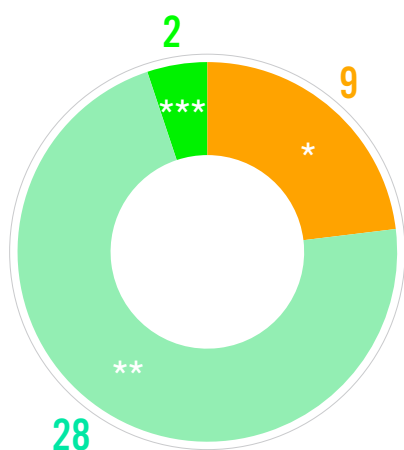
Les notes ont été attribuées selon les critères suivants :

0 étoile : pour l'absence d'objectif et de communication sur les investissements (0 entreprise).

1 étoile : pour la définition d'objectifs, l'ébauche d'un plan d'actions et une communication partielle des investissements (9 entreprises).

2 étoiles : pour la définition d'objectifs, la communication d'un plan d'actions détaillé et d'investissements chiffrés mais qui ne couvrent pas forcément toutes les activités ou manquent de précisions (28 entreprises).

3 étoiles : pour la définition d'objectifs alignés à l'Accord de Paris, la communication d'un plan d'actions détaillé associé à des investissements chiffrés complets (2 entreprises).



| | | | |
|-------------------|-----|---------------------------|-----|
| AIR LIQUIDE | ** | ORANGE | ** |
| AIRBUS GROUP | * | PERNOD RICARD | * |
| ALSTOM | ** | PUBLICIS | ** |
| ARCELORMITTAL | ** | RENAULT | ** |
| AXA | ** | SAFRAN | ** |
| BNP PARIBAS | ** | SAINT-GOBAIN | ** |
| BOUYGUES | ** | SANOFI | ** |
| CAPGEMINI | *** | SCHNEIDER ELECTRIC | ** |
| CARREFOUR | * | SOCIÉTÉ GÉNÉRALE | ** |
| CRÉDIT AGRICOLE | * | STELLANTIS | ** |
| DANONE | ** | STMICROELECTRONICS | ** |
| DASSAULT SYSTÈMES | ** | TELEPERFORMANCE | * |
| ENGIE | ** | THALES | ** |
| ESSILOR LUXOTTICA | * | TOTALENERGIES | ** |
| HERMÈS | * | UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD | ** |
| KERING | ** | VEOLIA | ** |
| L'ORÉAL | ** | VINCI | * |
| LEGRAND | ** | VIVENDI | * |
| LVMH | ** | WORLDLINE | *** |
| MICHELIN | ** | | |

QUESTION 2.

Quel est le pourcentage de vos activités (exprimé en chiffre d'affaires, revenu net bancaire, ...) qui dépend directement de la biodiversité ? Quelles sont vos dépenses en faveur de la biodiversité ?

La biodiversité désigne l'ensemble des êtres vivants ainsi que les écosystèmes dans lesquels ils vivent. Ce terme comprend également les interactions des espèces entre elles et avec leurs milieux. Selon la liste rouge de l'Union internationale pour la conservation de la nature (UICN), 28 % des espèces sont actuellement menacées²⁹. En 2020, le Forum économique mondial chiffrait à 50 % le PIB mondial potentiellement exposé à l'érosion de la biodiversité du fait de sa dépendance aux ressources et aux services fournis par la nature.

Les entreprises, de par la surexploitation des ressources, les changements d'usage des sols et les pollutions diverses (sol, eau, air) qu'elles génèrent, ont une part de responsabilité. Selon un rapport de l'IPBES³⁰ de 2019³¹, la dégradation des sols a réduit de 23 % la productivité de la surface terrestre mondiale.

L'intérêt et la préoccupation croissante du public pour la biodiversité, le renforcement du cadre réglementaire (articles 8 et 9 du règlement européen SFDR, Taxonomie européenne, article 29 de la loi énergie-climat) et la pression exercée par l'ensemble des parties prenantes sur les entreprises laissent à penser qu'un changement positif est envisageable. À ce jour, les données disponibles sur la biodiversité concernent principalement son érosion et la disparition des espèces. Le chiffre présenté par le Forum économique mondial (50 % du PIB) donne une valeur économique et démontre l'importance de la biodiversité dans notre modèle économique. Il ouvre aussi la voie à une approche différente du sujet par les entreprises.

Au fil des campagnes menées par le FIR, la formulation des questions appelle un niveau de réponse plus exigeant de la part des entreprises. En 2020, il s'agissait principalement d'établir un lien entre la biodiversité et les entreprises et de faire reconnaître à ces dernières qu'elles ont un impact sur la biodiversité et les écosystèmes. En 2021, le but était de faire réfléchir les entreprises sur l'impact de la perte de biodiversité sur leurs revenus et d'identifier les indicateurs et moyens qu'elles avaient pu mettre en place pour réduire cet impact. En 2022, l'objectif de la question est de démontrer la dépendance directe des activités des entreprises à la biodiversité, niveau extrêmement variable selon les secteurs, de chiffrer cette dépendance ainsi que les dépenses associées afin notamment d'évaluer le niveau de risques / opportunités « Biodiversité » de l'entreprise.

Par cette question, nous les incitions à nous révéler la part de leur chiffre d'affaires directement liée à la biodiversité. En d'autres termes, plus la part du chiffre d'affaires directement liée à la biodiversité est importante, plus l'entreprise sera motivée à agir, à sécuriser ses activités, ses revenus futurs, et se préserver de tout risque financier et de réputation.

Les secteurs suivants reprennent, par ordre décroissant, les principales industries qui interagissent avec la biodiversité : ces secteurs génèrent des externalités négatives sur la nature mais bénéficient aussi des ressources qu'elle leur procure. Directement ou indirectement, toutes les industries sont impactées et impactantes.

29. <https://uicn.fr/liste-rouge-mondiale/#:~:text=Qu'est%2Dce%20que%20la,esp%C3%A8ces%20et%20de%20sous%20Desp%C3%A8ces>

30. IPBES : Plateforme intergouvernementale scientifique et politique sur la biodiversité et les services écosystémiques est un groupe international d'experts sur la biodiversité.

31 <https://ipbes.net/news/Media-Release-Global-Assessment-Fr>

Consommation de base, consommation discrétionnaire et automobile : trois secteurs dépendants de la biodiversité dont la note progresse sur un an

Consommation de base³²

Les entreprises du secteur se considèrent dans l'ensemble comme étant dépendantes de la biodiversité et apportent des réponses claires à la question.

Avec un score de 3 étoiles, Carrefour se distingue en révélant que plus de 80 % de ses revenus sont directement liés à la biodiversité pour la disponibilité des matières premières naturelles et agricoles. En complément des actions mises en place, Carrefour investit plusieurs millions d'euros pour accompagner les producteurs dans leur transition agricole à travers différents systèmes de financement (services financiers, opération de crédit bancaire, plate-forme de financement participatif, fonds de dette) et soutient des pratiques agricoles via sa fondation. Toutefois, le lien entre les dépenses de l'entreprise et la préservation de la biodiversité mériterait d'être précisé.

Danone obtient également 3 étoiles. La société mentionne que la biodiversité représente 83 % de ses ventes mondiales et que, depuis 2018, elle a investi 40 millions d'euros pour l'amont agricole afin d'accompagner la transition vers une

agriculture régénératrice et 83,8 millions d'euros dans des fonds (fonds à impact dans la restauration d'écosystèmes naturels, etc.) entre 2011 et 2021.

L'Oréal obtient quant à elle un score de 2 étoiles pour avoir communiqué des éléments de plan d'actions, des dépenses annuelles en faveur de la biodiversité et des objectifs pour le groupe alignés avec les limites planétaires. Pour autant, la société ne précise pas le pourcentage de ses revenus dépendants de la biodiversité.

Quant au groupe Pernod Ricard, il est dans l'attente de la publication de l'acte délégué final de la Taxonomie européenne sur les quatre derniers objectifs environnementaux. Il n'a donc pu apporter aucun élément de réponse à notre question.

Le secteur reste sur la tendance observée lors des trois dernières années de prise en compte des enjeux de biodiversité. On note une nette amélioration quant à la divulgation des données.

Consommation discrétionnaire³³

Au-delà de la prise en compte de l'impact de leurs activités sur la biodiversité, les entreprises interrogées dans le secteur du luxe sont conscientes de leur dépendance à celle-ci. En trois ans, la hiérarchie du classement n'a pas évolué mais la dynamique apparaît positive. Une nouvelle fois, Kering (3 étoiles) se distingue par une réponse précise et complète à la question en indiquant le pourcentage de ses activités qui dépendent directement et indirectement de la biodiversité et ses dépenses en faveur de la biodiversité. Kering est la seule entreprise à s'engager à avoir un impact net positif sur la biodiversité d'ici à 2025, associé à des engagements quantitatifs. Les autres acteurs du secteur sont plus en retrait même si Hermès progresse fortement en trois ans

(2 étoiles en 2022 vs aucune en 2020). Le groupe a lancé en 2020 un diagnostic sur son empreinte biodiversité débouchant sur des plans d'actions multiples avec une attention particulière au métier de la maroquinerie. LVMH (1 étoile) reconnaît l'interdépendance entre ses activités et la nature, et indique la mise en place de plans d'actions. Toutefois, aucun chiffre n'a été communiqué en termes de dépendance et de dépenses en faveur de la biodiversité (à l'exception d'actions en dehors de ses chaînes de valeur). Enfin, Essilor Luxottica (1 étoile), indique que ses activités ne dépendent pas directement de la biodiversité, présente quelques plans d'actions mais ne divulgue pas les ressources financières allouées à ces derniers.

Automobile³⁴

Les entreprises du secteur automobile se considèrent dans l'ensemble dépendantes de la biodiversité. Michelin se place au-dessus de la moyenne avec un score de 3 étoiles, en révélant que plus de 90 % des revenus du groupe dépendent de la biodiversité dans la mesure où des matières premières biosourcées telles que le caoutchouc

naturel sont indispensables pour la fabrication de ses produits (pneumatiques et bandes transporteuses) et que des millions d'euros sont investis chaque année en faveur de la biodiversité. Stellantis obtient un score de 2 étoiles pour avoir communiqué sur la part (sans préciser le pourcentage) de ses revenus dépendants de

32. Carrefour, Danone, L'Oréal et Pernod Ricard.

33. Essilor Luxottica, Hermès, Kering et LVMH.

34. Michelin, Renault, Stellantis.

la biodiversité, des éléments de plan d'actions et des dépenses annuelles en faveur de la biodiversité.

Renault obtient, quant à elle, 1 étoile pour s'être limitée à communiquer sur ses engagements et initiatives en faveur de la biodiversité, et les principaux services écosystémiques nécessaires à son modèle économique.

Le secteur reste sur sa tendance de prise en compte des enjeux de biodiversité sur les trois dernières années.

Industries³⁵, un seul acteur se démarque : Schneider Electric

Les entreprises du secteur de l'industrie n'ont pour la plupart toujours pas amélioré leur prise en compte de la question. Schneider Electric s'illustre par une réponse claire et précise à la question posée. Face au constat que les « services écosystémiques rendus par la biodiversité sont essentiels à la société, et par conséquent à l'ensemble des activités économiques », Schneider déclare un niveau de dépendance indirecte de 100 % de ses activités à la préservation de la biodiversité et un taux de 0 % de manière directe. Le groupe a mis en place des programmes de préservation et restauration de la biodiversité et a investi dans les fonds d'investissements Livelihoods (35 millions d'euros). Legrand ne répond pas à la question. L'entreprise fait référence à son impact et pas à sa dépendance à la biodiversité.

Le reste du panel à l'exception de deux entreprises obtient seulement 1 étoile, à l'image d'Alstom et de Saint-Gobain qui évoquent des plans d'actions et objectifs en faveur de

la biodiversité sans toutefois communiquer de montant de dépense annuelle liée à sa préservation. Airbus Group, sous prétexte de confidentialité, ne communique aucune information sur le sujet. De son côté, STMicroelectronics précise que la biodiversité ne constitue pas une priorité stratégique et indique mener quelques initiatives autour de ses sites. Les deux sociétés n'obtiennent aucune étoile.

Les émetteurs du secteur de la défense considèrent que leurs impacts sur la biodiversité sont globalement faibles et qu'il est difficile pour eux d'évaluer le pourcentage de leurs activités qui dépend directement de la biodiversité. Toutefois, bien que cet argument mérite d'être entendu, il est regrettable qu'aucun des acteurs n'ait communiqué ses dépenses en faveur de ce sujet. Ainsi, Safran et Thales obtiennent seulement 1 étoile chacun pour avoir mis en place des plans d'actions portant sur l'environnement et la biodiversité, Thales donnant des détails par type d'activités³⁶.

Énergie et matériaux³⁷, un acteur progresse par rapport à l'an dernier : Air Liquide

Air Liquide (2 étoiles), qui reconnaît une dépendance directe de 5 % sur une partie seulement de ses activités et qui précise avoir entamé une réflexion globale sur la chaîne de valeur de ses produits, se distingue. TotalEnergies (1 étoile) stipule que sa dépendance directe

est très faible et qu'il n'y a pas au niveau du groupe de vision centralisée des budgets de dépenses en faveur de la biodiversité. ArcelorMittal, bien qu'elle donne quelques exemples d'actions, ne publie aucune donnée chiffrée sur sa dépendance à la biodiversité ni sur ses dépenses.

Les entreprises des secteurs des services aux collectivités, finance, santé, immobilier et médias et télécoms ne sont pas encore en mesure de communiquer sur leur dépendance à la biodiversité

Services aux collectivités³⁸

Les entreprises du secteur sont conscientes de l'importance du sujet. Pour autant elles ne répondent pas complètement à la question posée. Engie (1 étoile) déclare que les activités directement dépendantes de la biomasse originaire des filières bois ou agricole, représentent respectivement 0,06 % et 0,01% de son chiffre d'affaires

et indique poursuivre sa feuille de route 2022-2030 déclinée en quatre axes (limiter l'impact écologique de ses sites, développer des solutions fondées sur la nature, renforcer l'économie circulaire et intégrer des critères de biodiversité via ses projets de développement, sensibiliser ses équipes à la biodiversité).

35. Airbus, Alstom, Legrand, Safran, Saint-Gobain, Schneider Electric, STMicroelectronics et Thales.

36. Informations page 158 de son Document d'Enregistrement Universel 2021 auquel elle fait référence dans sa réponse.

37. Air Liquide, ArcelorMittal, TotalEnergies.

38. Engie et Veolia.

Finance³⁹

Les acteurs financiers ne dépendent pas directement de la biodiversité mais ont un impact indirect majeur sur celle-ci via leurs investissements et leurs politiques assurantielles. De plus, leurs clients ou les entreprises dans lesquelles ils investissent dépendent, plus ou moins directement et plus ou moins fortement, de la biodiversité. Il n'est donc pas surprenant que ces acteurs se disent globalement engagés (Axa mentionne un objectif « Capital naturel » de 1,5 milliard d'euros dédié à la reforestation ; BNP Paribas s'est fixé un objectif de financement de 4 milliards d'euros sur la période 2019-2025 pour les entreprises contribuant à protéger la biodiversité ; fonds d'investissement dédié du

Crédit Agricole) et participent à de nombreuses initiatives de place pour développer des indicateurs et des outils. Les entreprises du secteur ne sont, néanmoins, pas en mesure d'évaluer le niveau de dépendance de leurs activités à la biodiversité. Dans ce contexte, aucune d'entre elles ne mentionne ses dépenses en faveur de la biodiversité. Seul BNP Paribas fait référence à des dépenses de formation des employés et au temps d'intégration de la biodiversité dans les métiers et fonctions du groupe. Au global, à l'image des campagnes précédentes, Société Générale apparaît le plus en retrait au regard de la qualité de la réponse apportée.

Santé⁴⁰

Bien que le secteur pharmaceutique ait un impact non négligeable sur la biodiversité, notamment au travers des émissions de gaz à effet de serre et du traitement des eaux usées, Sanofi indique que « le pourcentage de ses activités dépendant de la biodiversité n'est pas disponible » mais que « la majorité des matières premières qui sont utilisées ne sont pas directement issues de la biodiversité ». De plus, il est regrettable de ne pas disposer du montant

des dépenses qui est lié à ce sujet. Cependant, l'entreprise a mis en place un programme afin de respecter une trajectoire 1,5 °C et un suivi des rejets potentiels de substances pharmaceutiques dans la nature. Elle effectue par ailleurs une évaluation de son empreinte biodiversité ainsi que des risques associés dans l'optique de limiter son impact. Ces éléments permettent à la société de décrocher 1 étoile.

Immobilier et construction⁴¹

Le secteur de l'immobilier peut impacter négativement la biodiversité notamment du fait de son emprise terrestre. Globalement, les entreprises du secteur ont conscience d'avoir un impact sur la biodiversité mais celles-ci ne sont pas en mesure de communiquer le pourcentage de leurs activités qui en dépend directement ou les dépenses en faveur de cette thématique (Bouygues indique – sans plus de précision – que le sujet est pris en compte dans une enveloppe estimée à 2,2 milliards d'euros portant sur le climat). URW s'est néanmoins dotée d'une stratégie relative à la biodiversité dans l'optique de limiter ses

impacts directs et indirects, lui permettant ainsi d'obtenir une note de 1 étoile. Vinci mentionne quelques entreprises spécialisées en génie écologique et en biodiversité urbaine appartenant au groupe en plus de la montée en compétence de ses équipes. De son côté, Bouygues ne fournit pas assez d'éléments et se voit donc attribuer une notation de zéro. Bien qu'un impact sur la biodiversité soit identifié par les acteurs du secteur, les actions mises en place au cours des trois dernières années sont encore trop restreintes.

Médias / Télécoms⁴²

Les médias et télécoms sont parmi les secteurs ayant le plus faible impact sur la biodiversité. Ainsi, les entreprises interrogées indiquent que leurs impacts directs sont relativement réduits sans pour autant préciser le pourcentage des activités qui dépend de la biodiversité, ni exprimer de montant de dépenses en faveur de cette thématique. Toutefois, Orange étudie déjà l'impact de ses activités sur la biodiversité et Publicis mène des actions

en faveur de celle-ci permettant ainsi d'attribuer 1 étoile à ces entreprises. Vivendi a identifié ses enjeux sur ses activités d'édition et de presse magazine mais ne répond que partiellement à la question.

Globalement, du fait de l'impact faible du secteur sur la biodiversité, les réponses apportées restent limitées.

39. Axa, BNP Paribas, Crédit Agricole et Société Générale.

40. Sanofi.

41. Bouygues, URW, Vinci.

42. Orange, Publicis, Vivendi.

Services, une dépendance identifiée comme faible et quelques bons exemples d'actions en faveur de la biodiversité⁴³

Les entreprises du secteur des services se considèrent peu ou pas dépendantes de la biodiversité, ainsi aucune d'entre elles n'a communiqué de pourcentage d'activités dépendantes de la biodiversité. Worldline se place au-dessus de la moyenne du secteur, avec 2 étoiles pour avoir communiqué des initiatives et des dépenses

annuelles en faveur de la biodiversité. Teleperformance et Dassault Systèmes obtiennent 1 étoile pour avoir partagé quelques actions menées par le groupe. Capgemini n'obtient aucune étoile pour avoir répondu très vaguement à la question sans donner de données chiffrées.

Pour cette troisième saison, les sociétés interrogées ont, dans l'ensemble, notablement amélioré leurs réponses par rapport aux années précédentes. La biodiversité, de plus en plus au cœur des enjeux avec l'intérêt croissant du grand public et le renforcement de la réglementation, est en passe de devenir un sujet prioritaire pour un certain nombre d'acteurs du CAC 40. Aujourd'hui, ces derniers ne sont plus censés ignorer les services fournis par la nature dont leurs activités sont directement dépendantes.

Les entreprises des secteurs les plus impactés par une potentielle perte de biodiversité connaissent toutes une progression significative sur les trois dernières années dans la prise en compte du sujet. Ainsi, les secteurs de la consommation de base, de la consommation discrétionnaire, de l'automobile et des matériaux, portés par des sociétés comme Air Liquide ou Hermès qui passent de zéro à 2 étoiles en deux ans, se détachent. En revanche, les entreprises des secteurs comme les médias & télécoms, la santé et la finance, moins directement exposés, stagnent ou présentent même une tendance négative quant à la prise en compte du sujet au cours des trois dernières années. Société Générale et Axa, dont la note a baissé de 1 étoile en deux ans, illustrent cette tendance.

Si l'ensemble des notes reste stable comparé à l'année dernière, cinq entreprises s'illustrent par leurs réponses et obtiennent la note maximale (contre trois l'année dernière). Il s'agit de Carrefour, Danone, Kering, Michelin et Schneider Electric, qui communiquent des réponses détaillées tout en faisant partie des secteurs les plus concernés par la question de la perte de la biodiversité. Les écarts se sont aussi plus creusés entre les bons et les mauvais élèves que lors de l'édition précédente, plus homogène.

43. Atos, Capgemini, Dassault Systèmes, Teleperformance, Worldline.

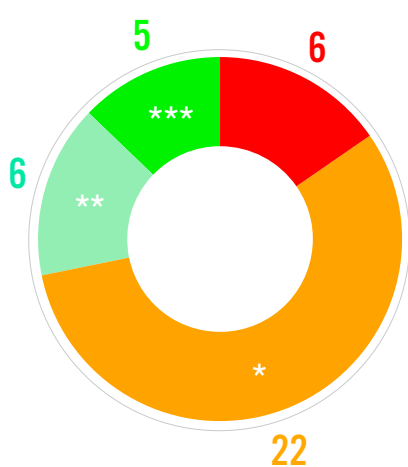
Les notes ont été attribuées selon les critères suivants :

0 étoile : aucun montant n'est communiqué (6 entreprises).

1 étoile : aucun montant n'est communiqué mais on dispose de quelques détails de plan d'actions (22 entreprises).

2 étoiles : un des deux montants (activités ou dépenses) est communiqué et des éléments de plan d'actions sont donnés (6 entreprises).

3 étoiles : les deux montants sont communiqués ainsi que des éléments de plan d'actions (5 entreprises).



| | | | |
|-------------------|-----|---------------------------|-----|
| AIR LIQUIDE | ** | ORANGE | * |
| AIRBUS GROUP | | PERNOD RICARD | |
| ALSTOM | * | PUBLICIS | * |
| ARCELORMITTAL | * | RENAULT | * |
| AXA | * | SAFRAN | * |
| BNP PARIBAS | ** | SAINT-GOBAIN | * |
| BOUYGUES | | SANOFI | * |
| CAPGEMINI | | SCHNEIDER ELECTRIC | *** |
| CARREFOUR | *** | SOCIÉTÉ GÉNÉRALE | |
| CRÉDIT AGRICOLE | * | STELLANTIS | ** |
| DANONE | *** | STMICROELECTRONICS | |
| DASSAULT SYSTÈMES | * | TELEPERFORMANCE | * |
| ENGIE | * | THALES | * |
| ESSILOR LUXOTTICA | * | TOTALENERGIES | * |
| HERMÈS | ** | UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD | * |
| KERING | *** | VEOLIA | * |
| L'ORÉAL | ** | VINCI | * |
| LEGRAND | * | VIVENDI | * |
| LVMH | * | WORLDLINE | ** |
| MICHELIN | *** | | |

QUESTION 3

Listez les ressources naturelles stratégiques nécessaires à l'exercice de votre activité et/ou à celle de vos clients (eau, énergie, matériaux, etc.) ? Comment évaluez-vous et calculez-vous l'impact de la raréfaction de ces ressources sur vos modèles économiques ? Quelles actions mettez-vous en place pour lutter contre les difficultés d'approvisionnement et saisir les opportunités de développement de « modèles d'affaires circulaires » ? Quels sont vos objectifs en la matière ?

Notre système économique linéaire qui repose sur l'abondance des ressources naturelles (matières et énergétiques) a atteint ses limites. Le contexte actuel (conséquences économiques de la crise sanitaire, guerre en Ukraine, difficultés d'approvisionnement pour de nombreux secteurs d'activités, augmentation du prix des matières premières etc.) a réaffirmé la nécessité de repenser le rapport que nous entretenons avec les ressources naturelles, de reconsidérer nos modes de production et de consommation, et d'accélérer la transition vers une économie circulaire. La question de la disponibilité des ressources est plus que jamais au cœur du débat public. Pour les acteurs économiques, la prise en compte de ces enjeux semble inévitable pour faire perdurer la viabilité de leurs activités et lutter efficacement contre les problématiques environnementales. Ainsi, et ce depuis 2021, nous avons souhaité interroger les entreprises du CAC 40, sur la prise en compte des enjeux de ressources.

Pour pallier le manque de précisions apportées par les entreprises en 2021, la question a été reformulée et décomposée. Ainsi, nous avons tenté d'obtenir des réponses détaillées aux interrogations suivantes : l'entreprise liste-t-elle les ressources naturelles stratégiques nécessaires à l'exercice de ses activités et/ou à celles de ses clients (eau, énergie, matériaux, etc.) ? A-t-elle développé une méthode d'évaluation et de calcul d'impact de la raréfaction de ces ressources sur son modèle économique ? A-t-elle mis en place des actions et s'est-elle fixée des objectifs pour lutter contre les difficultés d'approvisionnement et saisir les opportunités de développement de « modèles d'affaires circulaires » ?

L'analyse des réponses obtenues s'appuie ainsi sur différents critères : la précision dans l'identification des ressources naturelles stratégiques, la mention, la description et la pertinence des méthodes d'évaluation de l'impact sur le modèle économique et enfin, la mention d'objectifs à court, moyen et long termes, la description des mesures visant à faire face aux difficultés liées aux ressources, et l'identification par l'entreprise des opportunités que représente la transition vers l'économie circulaire.

Des progrès notables, mais qui restent insuffisants

L'analyse des réponses révèle une progression dans la précision apportée par les entreprises par rapport à l'année 2021, et ainsi une meilleure prise en compte des questions de ressources de manière générale. Ainsi, six entreprises⁴⁴ se sont vu accorder la note de 3 étoiles, pour la qualité de leur réponse sur chacun des axes identifiés dans la question, associant éléments complets et exemples concrets. 18 entreprises⁴⁵ ont obtenu la note de 2 étoiles : bien que leurs réponses soient satisfaisantes, elles souffrent d'un léger manque de précisions, notamment sur l'aspect analyse d'impact et de formulation des objectifs. Enfin, quinze entreprises⁴⁶ ont obtenu la note de 1 étoile. Il est à noter que toutes les entreprises obtiennent au moins 1 étoile, ce qui témoigne d'un effort global.

Le système de notation adopté a été pondéré selon le niveau de complexité des sous-questions posées. Ainsi, pour une entreprise ayant obtenu 3 étoiles, la citation des ressources stratégiques a représenté

44. Carrefour, Danone, Dassault Systèmes, EssilorLuxottica, Kering, Renault.

45. Airbus, Alstom, ArcelorMittal, BNP Paribas, Hermès, L'Oréal, Michelin, Orange, Pernod Ricard, Safran, Saint-Gobain, Schneider Electric, Thales, TotalEnergies, Veolia, Vinci, Vivendi, Worldline.

46. Air Liquide, Axa, Bouygues, Capgemini, Crédit Agricole, Engie, Legrand, LVMH, Publicis, Sanofi, Société Générale, Stellantis, Teleperformance, Unibail-Rodamco-Wesfield, STMicroelectronics.

1/6 de la note globale, la mesure de l'impact sur le modèle économique 1/3, et les objectifs, mesures pour sécuriser les approvisionnements ainsi que l'identification d'opportunités de transition vers de nouveaux modèles d'affaires la moitié de la note finale, considérant que l'effort de précision sur ce dernier aspect était plus important.

Notre analyse tient compte à la fois des différents secteurs d'activités, et de l'exposition des entreprises aux risques liés à la disponibilité des ressources : ainsi, une entreprise de service telle que BNP Paribas n'est pas directement exposée aux mêmes risques qu'un industriel comme Renault, très dépendant des ressources matières.

Treize entreprises listent avec précision les ressources essentielles à leurs activités

Si la majorité des entreprises déclare avoir conscience des risques liés aux difficultés d'approvisionnement, telle que formulée, la question les invitait explicitement à citer les ressources naturelles stratégiques nécessaires à leurs activités, à la fois directes et indirectes. Un tiers des entreprises a répondu avec précision à cette question, listant à la fois les ressources matières et énergétiques. Certaines entreprises apportent des réponses très précises, citant les ressources clés pour leurs activités, comme c'est le cas de Worldline, Renault, Téléperformance, Safran, Michelin, Hermès, Carrefour, Danone, Dassault Systèmes, Kering, Pernod Ricard. Nous avons considéré que lorsque l'entreprises se contentait de mentionner l'existence d'une cartographie des matériaux critiques, sans pour autant citer les ressources essentielles dans la réponse, comme c'est le cas d'Alstom, la réponse n'était pas satisfaisante.

Par ailleurs, on observe une meilleure prise en compte du risque indirect lié à la raréfaction des ressources dans les réponses des entreprises de services (secteur financier et assurance et SSII). Ainsi, si ces dernières ne sont pas directement impactées par les difficultés d'approvisionnement pour certaines ressources (matières et énergétiques), elles mentionnent toutefois l'impact que cela peut avoir pour leurs clients ou pour le fonctionnement de leurs équipements. C'est par exemple le cas de Dassault Systèmes qui explique que l'achat et la location d'équipements informatiques sont exposés aux risques liés à la raréfaction de ressources telles que le cobalt, gallium, platine, etc.

La question de l'impact économique et financier reste peu abordée

Si l'on observe un progrès concernant l'identification des matières à importance stratégique par les entreprises et la sécurisation progressive de leurs approvisionnements

grâce à des mesures variées selon les secteurs, l'estimation concrète de l'impact et des risques économiques et financiers associés à cet enjeu constitue toujours une donnée manquante. On constate en effet que la plupart des entreprises analysées ne fournissent pas d'informations sur l'impact chiffré de la raréfaction des ressources sur leurs modèles économiques. Exceptionnellement, certaines entreprises (Carrefour, Dassault Systèmes, Essilor Luxottica, Kering, Renault, Pernod Ricard, Schneider Electric, et Vivendi) mentionnent des études d'impact de leur dépendance aux ressources. Les plus avancées ont mené des analyses pour mesurer et chiffrer l'impact économique et financier sur la base des scénarios prenant en compte des facteurs de volatilité des prix des matières cibles, prévisions de l'offre / la demande pour ces matières, chocs d'approvisionnement, etc. C'est le cas par exemple de Pernod Ricard qui a quantifié les impacts financiers pour un échantillon de six risques et opportunités à l'aide de scénarios à court, moyen et long termes et espère publier ses conclusions dès l'exercice fiscal 2022/2023. Ou encore de Renault qui a mis en place une organisation spécifique afin de disposer d'une cartographie des risques matières identifiés à court, moyen et long termes. Cette cartographie est construite suivant deux axes :

1. L'évaluation de la criticité de la matière : facteurs géologiques, degré de concentration de la production (nombre de pays producteurs), nature et probabilité des risques ESG sur la chaîne de valeur.
2. L'étude des impacts financiers en fonction de différents scénarios d'augmentation de prix voire, en fonction des matières, de rupture d'approvisionnement.

En cas de risque identifié en lien avec la disponibilité des ressources stratégiques durables pour le groupe, les solutions sont à retenir en fonction de la spécificité de la matière ou des composants :

- Substituer autant que possible la ressource,
- Réduire / réutiliser la matière,
- Recycler dans une dynamique d'économie circulaire,
- Mettre en œuvre des accords pour l'approvisionnement de certaines matières stratégiques.

Certaines entreprises comme Danone, Capgemini ou encore Hermès reconnaissent un impact potentiel de la raréfaction sur leurs activités sans toutefois mesurer son étendue et sans mentionner la mise en place d'approches ou d'études spécifiques pour l'évaluer.

Les premiers objectifs apparaissent mais manquent encore de précisions

Par rapport à l'année dernière, une part croissante d'entreprises a commencé à communiquer au-delà des actions mises en place pour sécuriser les approvisionnements et a formulé des objectifs en la matière. Ces objectifs varient en fonction des secteurs et intègrent différentes mesures implémentées par les entreprises pour réduire leur dépendance aux matières premières, notamment : objectifs de réduction de consommation et d'utilisation des ressources, objectifs d'éco-conception et d'analyse de cycle de vie (ACV), objectifs en matière de recyclage, réemploi, reconditionnement, etc. Certaines entreprises développent également des objectifs liés aux opportunités de transformation de leurs modèles d'affaires plutôt qu'à la gestion des risques d'approvisionnement, on peut citer notamment : des objectifs sur le développement de nouveaux services en lien avec l'économie circulaire, de soutien à l'innovation, notamment investissements industriels pour développer de nouvelles méthodes de recyclage, etc. Cette variété d'actions peut être illustrée par quelques exemples d'objectifs fixés par les entreprises les plus avancées :

- Essilor Luxottica vise d'ici 2025 à intégrer l'éco-conception dans tous les nouveaux développements de produits ;
- TotalEnergies s'engage à doubler la circularité de ses business au cours des dix prochaines années ;
- Veolia a pris pour cible dans le cadre de son plan Environnement 2020-2023 de réaliser 6,3 milliards d'euros de chiffre d'affaires liés à l'économie circulaire, représentant, selon notre estimation, plus de 85 % de leur chiffre d'affaires de 2021 ;
- Airbus prévoit de créer un centre de service « cycle de vie » des avions en Chine qui fournira des services de démantèlement et de recyclage des avions. Airbus s'attend à ce que l'installation proposée devienne opérationnelle d'ici la fin de 2023 ;
- Alstom se prépare à fournir 100 % de solutions écoconçues d'ici 2025,
- Pernod Ricard globalement prévoit d'ici à 2025 d'utiliser 100 % d'électricité renouvelable dans les sites de production et les bureaux administratifs ou encore de réduire l'utilisation d'eau de 20 % entre les exercices 2017/18 et 2029/30.

Toutefois, les objectifs formulés ci-dessus manquent souvent de précision, parfois même d'ambition, et ne sont pas toujours associés à des plans d'actions concrets. Notons pour exemple que les entreprises Carrefour et Danone, qui fournissent une réponse transparente et détaillée à la question, font l'objet d'une mise en demeure pour leur manque d'ambition et de transparence sur leur politique plastique⁴⁷. Aussi, les entreprises se focalisent plutôt sur les objectifs à court et à moyen termes ; les objectifs de long terme qui impliqueraient une transformation profonde des modèles d'affaires par le biais de l'économie de la fonctionnalité/de l'usage par exemple restent rares.

Conclusion

Les ressources naturelles (matières et énergétiques) sont finies et présentent souvent des limites en termes de renouvellement, notamment sous les pressions que nos activités socio-économiques exercent sur elles. Afin de garantir la continuité et même la survie des activités des acteurs économiques, il est indispensable de prendre en compte ces enjeux et d'accélérer la transition vers des modèles économiques plus durables et donc moins intensifs en consommation de ressources naturelles. Cette année, nous avons essayé d'identifier dans les réponses des entreprises de CAC 40 leurs ambitions et leurs capacités d'effectuer cette transition. Les résultats montrent une tendance positive, mais sont encore loin de témoigner d'une intégration complète des enjeux des ressources naturelles dans le quotidien des entreprises.

Notamment, près de la moitié des entreprises ont identifié les ressources naturelles stratégiques nécessaires à leurs activités, à la fois directes et indirectes, et ont mis en œuvre des mesures variées pour la sécurisation progressive de l'approvisionnement. Cependant, aucune entreprise ne communique aujourd'hui une estimation concrète d'impact et des risques économiques et financiers associés. En outre, on voit apparaître progressivement une mention des objectifs en matière de gestion des ressources naturelles stratégiques. Toutefois, les objectifs formulés manquent souvent de précision, parfois même d'ambition, et ne peuvent souvent pas être associés à une transformation profonde des modèles d'affaires.

47. <https://www.zerowastefrance.org/9-entreprises-mise-en-demeure-devoir-vigilance-plastique/>

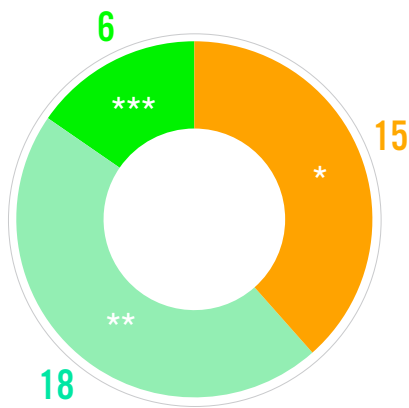
Les notes ont été attribuées selon les critères suivants :

0 étoile : les éléments de réponse sont insuffisants (0 entreprise).

1 étoile : les réponses sont peu précises et partielles et manquent d'éléments concrets sur l'ensemble des trois aspects de la question (15 entreprises).

2 étoiles : les réponses fournissent quelques informations précises (18 entreprises).

3 étoiles : l'entreprise a répondu avec précision et cohérence aux trois parties de la question, les ressources sont identifiées et explicitées, l'impact et les risques sont mentionnés et les mesures sont décrites avec précision (6 entreprises).



| | | | |
|-------------------|-----|---------------------------|-----|
| AIR LIQUIDE | * | ORANGE | ** |
| AIRBUS GROUP | ** | PERNOD RICARD | ** |
| ALSTOM | ** | PUBLICIS | * |
| ARCELORMITTAL | ** | RENAULT | *** |
| AXA | * | SAFRAN | ** |
| BNP PARIBAS | ** | SAINT-GOBAIN | ** |
| BOUYGUES | * | SANOFI | * |
| CAPGEMINI | * | SCHNEIDER ELECTRIC | ** |
| CARREFOUR | *** | SOCIÉTÉ GÉNÉRALE | * |
| CRÉDIT AGRICOLE | * | STELLANTIS | * |
| DANONE | *** | STMICROELECTRONICS | * |
| DASSAULT SYSTÈMES | *** | TELEPERFORMANCE | * |
| ENGIE | * | THALES | ** |
| ESSILOR LUXOTTICA | *** | TOTALENERGIES | ** |
| HERMÈS | ** | UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD | * |
| KERING | *** | VEOLIA | ** |
| L'ORÉAL | ** | VINCI | ** |
| LEGRAND | * | VIVENDI | ** |
| LVMH | * | WORLDLINE | ** |
| MICHELIN | ** | | |

QUESTION 4.

Quelle est la proportion de vos mandataires sociaux et de vos salarié.e.s (répartis par typologie) concernés par l'intégration de critères environnementaux et sociaux (E&S) dans la détermination de leur rémunération variable (bonus, rémunération de long terme, intéressement, ...) ? Quels organes de gouvernance sont chargés du choix et de la validation de ces critères E&S ? Comment s'assurent-ils que ces critères sont à la fois pertinents, suffisamment incitatifs et corrélés aux objectifs à atteindre pour mener à bien la stratégie environnementale et sociale du groupe ? (Merci de préciser les critères extra-financiers retenus pour les mandataires sociaux et pour les salarié.e.s).

La question portant sur les critères environnementaux et sociaux des plans d'intéressement posée en 2021 aux sociétés du CAC 40 a été élargie cette année. Elle est plus globale puisqu'elle interroge sur l'intégration de critères environnementaux et sociaux à la fois dans la rémunération des mandataires sociaux et dans celle des salariés. L'idée sous-jacente de cette question était, d'une part, de mesurer la proportion d'entreprises ayant intégré ce type de critères dans leur politique de rémunération et, d'autre part, d'analyser la nature des critères retenus. Afin de mieux évaluer la pertinence de ces critères, il a aussi été demandé aux sociétés de détailler le processus de sélection de ces critères et leur alignement avec la stratégie environnementale et sociale de l'entreprise, et de préciser les organes de gouvernance impliqués dans ce choix. L'analyse des réponses a été réalisée sur la seule base des déclarations faites par les entreprises en réponse aux questions écrites du FIR.

Pas de consensus sur le poids des critères E&S dans la rémunération bonus

Le premier constat est positif. Toutes les sociétés ayant répondu aux questions envoyées par le FIR ont intégré des critères E&S dans leur politique de rémunération variable (annuelle et/ou de long terme) et celle-ci est considérée comme l'un des outils les plus efficaces pour orienter la stratégie d'une entreprise. En revanche, sept d'entre elles ont des critères E&S uniquement dans leur politique de rémunération variable annuelle dite « bonus ». Il s'agit d'Airbus, ArcelorMittal, Dassault Systèmes, EssilorLuxottica, Hermès, Sanofi et Stellantis. Concernant le poids de ces critères dans la rémunération, il ne semble

pas y avoir de consensus clair au sein du CAC 40. Parmi les sociétés communiquant l'information, pour près de la moitié d'entre elles (47 %), les critères E&S représentent moins de 20 % du poids des critères de leur politique de rémunération variable annuelle. Pour 25 % d'entre elles, les critères E&S constituent 20 % des critères pris en compte dans cette partie de leur rémunération. Pour les 28 % restant, le poids de ce type de critères dépasse 20 % avec un maximum de 40 % pour Renault. On remarque que les sociétés ayant dans leur politique de rémunération variable annuelle une part de critères E&S importante sont souvent des sociétés parmi les plus gros émetteurs de carbone (TotalEnergies, Renault, Orange, Saint-Gobain).

Seules 34 sociétés ont détaillé les critères E&S choisis dans leur politique de rémunération bonus. Le critère environnemental le plus souvent utilisé est celui de l'alignement avec le plan de développement durable du groupe. À titre d'exemple, Air Liquide indique dans sa réponse, que la rémunération variable annuelle est indexée sur le « *déploiement des plans d'actions liés aux nouveaux objectifs de développement durable du Groupe* ». Cependant, il est difficile pour les investisseurs de juger de la pertinence de ce type de critères dans la rémunération bonus – et de son réel alignement avec les ambitions environnementales – sans une explication du plan stratégique de la société en question et des critères utilisés pour mesurer la progression de ce plan. Le deuxième critère environnemental le plus récurrent est la réduction d'émissions de CO₂. La plupart des sociétés précise qu'il s'agit des émissions de CO₂ résultant des opérations, c'est-à-dire les *scopes 1 et 2*. (Pour rappel, les *scopes 1 et 2*

2 représentent souvent entre 10 et 20 % des émissions totales⁴⁸. Ces *scopes* ne prennent pas en compte les émissions amont et aval de l'entreprise intégrées dans le *scope 3*⁴⁹). Seules Michelin et Safran intègrent le *scope 3*, à tout le moins partiellement (Michelin n'inclut que les activités de transport amont et aval). Les autres critères environnementaux parfois utilisés sont liés à la notation extra-financière d'agences tierces ou à l'économie circulaire. Concernant les critères sociaux, celui dont il est le plus souvent fait mention est celui de la santé et sécurité, avec comme indicateur sous-jacent le taux de fréquence d'accidents avec arrêts. Plus d'une dizaine d'entreprises intègrent un critère de féminisation et/ou de mixité et de diversité plus globale dans leur politique de bonus. Les autres critères sociaux fréquemment utilisés sont liés à l'engagement des collaborateurs, à la formation ainsi qu'à l'éthique et la conformité.

Un poids dédié aux critères E&S plus important dans les rémunérations de long terme que dans les rémunérations bonus

S'il n'existe pas de réel consensus sur le poids à donner aux critères environnementaux et/ou sociaux dans la rémunération bonus, il semblerait que les entreprises du CAC 40 soient plus enclines à accorder de l'importance aux critères extra-financiers dans la rémunération de long terme. Ainsi, sur les 32 entreprises ayant intégré au moins un critère de cette nature dans leur rémunération de long terme (plans d'options, actions ou équivalent), quatorze lui ont attribué plus de 20 % des conditions de performance. On note des maximums de 50 % pour Veolia et de 40 % pour Michelin.

Seulement sept entreprises (Air Liquide, Capgemini, LVMH, Publicis Groupe, Teleperformance, Thales et Vivendi) ont affecté moins de 20 % des conditions de performance aux critères E&S.

Parmi les conditions de performance retenues, on relève une certaine similitude avec les critères pris en compte dans la rémunération variable annuelle. Parmi les entreprises ayant communiqué la nature des conditions de performance, plus de deux tiers indiquent avoir intégré un critère spécifique sur le climat lié à la décarbonation ou plus globalement à la réduction des émissions de gaz à effet de serre. Autre pratique répandue, l'utilisation de *scorecard* RSE interne, à l'image des banques BNP Paribas et Crédit Agricole mais aussi de Carrefour, L'Oréal, LVMH,

Schneider Electric et STMicroelectronics. Ces sociétés lient en partie au moins leur plan de rémunération à long terme avec leurs ambitions RSE : L'Oréal pour le futur, Life 360 (pour LVMH) ou encore Schneider Sustainability Impact.

Enfin, la question de diversité de genre est également reprise dans de nombreux plans de rémunération à long terme. Ainsi, quinze entreprises mentionnent clairement un critère lié à la part des femmes dans les instances dirigeantes sans pour autant toutes communiquer sur des objectifs chiffrés de façon précise.

La pratique visant à dédier davantage de poids aux critères E&S dans les plans de rémunération à long terme est cohérente et judicieuse. En effet, qu'il s'agisse des enjeux de diversité ou de réduction des émissions de gaz à effet de serre, les pratiques des entreprises ne doivent pas changer seulement à court terme et prennent du temps à mettre en oeuvre. Pour la plupart, ces enjeux E&S ont une portée à moyen ou long terme et ont donc toute leur place dans les plans de rémunération à trois ou quatre ans.

On remarque cependant des similitudes quant aux critères E&S retenus, que ce soit au niveau des rémunérations variables annuelles ou de long terme. Les critères environnementaux restent majoritairement liés au climat et n'intègrent pas encore l'impact de l'entièreté de la chaîne de valeur de l'entreprise. Quant aux critères sociaux, ils restent les parents pauvres. Sur les 34 sociétés ayant détaillé leurs critères de bonus, treize n'ont que des critères environnementaux dans leurs politiques de rémunérations. En comparaison, deux n'ont que des critères sociaux dans leurs bonus. Cette tendance sur le choix des critères suscite deux constats :

- Le premier, plutôt rassurant, montre que le climat est aujourd'hui l'enjeu le plus matériel pour une grande majorité de sociétés ce qui, dans un contexte d'urgence climatique, témoigne de la volonté des entreprises à être transparentes sur leurs actions et leurs progrès en faveur de l'Accord de Paris ;
- Le second démontre l'importance de développer rapidement des critères extra-financiers fiables, mesurables et comparables. Cela permettrait aux entreprises de ne pas dupliquer les mêmes critères sur leurs différents outils de fidélisation mais aussi d'avoir recours à des critères liés à leurs enjeux extra-financiers les plus matériels au regard de leur secteur d'activité, leur taille, leurs ambitions.

48. <https://www.aktio.cc/ressources/scope-1-scope-2-scope-3-quels-perimetres-comment-les-calculer>

49. Jusqu'à juillet 2022, seules les émissions directes et les émissions indirectes associées à l'énergie consommée (« scopes 1 et 2 ») devaient obligatoirement être prises en compte dans les BEGES, ce qui n'était pas toujours représentatif de l'impact réel des organisations sur le climat. Un décret signé le 1^{er} juillet 2022 rend désormais obligatoire la comptabilisation et la déclaration de l'ensemble des émissions indirectes significatives, incluant ainsi les émissions dites du « scope 3 ».
<https://www.ecologie.gouv.fr/decret-bilan-des-emissions-gaz-effet-serre-beges>

Une inclusion toujours timide des critères E&S dans les plans d'intéressement

La question posée aux sociétés leur demandait d'être transparentes quant à la proportion de salariés bénéficiant d'une rémunération variable intégrant des critères E&S ainsi que leur répartition par typologie. Les réponses reçues n'ont pas permis d'identifier de tendances par manque d'homogénéité des données. La pratique montre en effet que les rémunérations variables annuelles ou de long terme à travers des plans d'actions ou d'options sont de manière générale attribuées à une proportion limitée de bénéficiaires. Les régimes d'intéressement et/ou de participation, quant à eux, permettent bien souvent d'associer une part plus importante des salariés aux performances de l'entreprise.

En 2021, le FIR avait posé aux entreprises une question spécifique sur les accords d'intéressement. Le nombre d'émetteurs qui intègrent des critères environnementaux et/ou sociaux dans ces accords stagne (24 entreprises). Le niveau de précision sur les critères retenus ainsi que leurs modalités de calcul sont encore très peu détaillés. Pourtant ce sont bien les employés dans leur globalité qui, par leur implication quotidienne, permettent d'atteindre à la fois les objectifs financiers et extra-financiers de leur employeur.

Alors que tous s'accordent à dire qu'il existe aujourd'hui une réelle interdépendance entre le résultat économique et la performance sociale et environnementale de l'entreprise, il apparaît urgent d'associer le plus grand nombre de salariés aux performances de l'entreprise et ainsi de revoir les accords d'intéressement existants, parfois depuis de nombreuses années, pour y intégrer une dimension environnementale et sociale.

Un manque de transparence dans les processus de définition des politiques de rémunération

Dans une très grande majorité des cas, le comité des rémunérations recommande une politique de rémunération contenant des critères E&S. Cette politique est ensuite validée ou non par le conseil d'administration. Néanmoins, très peu d'informations sont disponibles sur la manière dont sont choisis les critères et comment ils s'intègrent à la stratégie des entreprises. Plus des trois quarts des sociétés ont donné peu, voire aucune précision à ce sujet. Seules sept sociétés ont apporté une réponse détaillée sur leur processus (BNP Paribas,

Capgemini, EssilorLuxottica, Pernod Ricard, Schneider Electric, STMicroelectronics et Veolia). Parmi les bonnes pratiques de transparence sur le processus de sélection et de validation des critères extra-financiers dans la rémunération on retrouve :

- Un alignement clair des critères choisis avec les objectifs stratégiques et/ou la raison d'être du groupe ;
- Une revue annuelle des indicateurs sélectionnés ;
- La participation d'un administrateur représentant les salariés aux discussions sur les rémunérations ;
- Le recours, si besoin, à des experts externes lors de la définition de la politique et la sélection de critères pertinents.

Ce point reste, toutefois, un axe majeur d'amélioration pour les entreprises. Une plus grande transparence du processus de sélection et de validation des critères de rémunérations permettrait une meilleure compréhension de ces politiques par les investisseurs qui pourraient mieux établir le lien avec la stratégie globale du groupe. Cela serait aussi un garde-fou contre les abus de rémunérations ou les politiques de rémunérations insuffisamment ambitieuses sur les sujets environnementaux et sociaux.

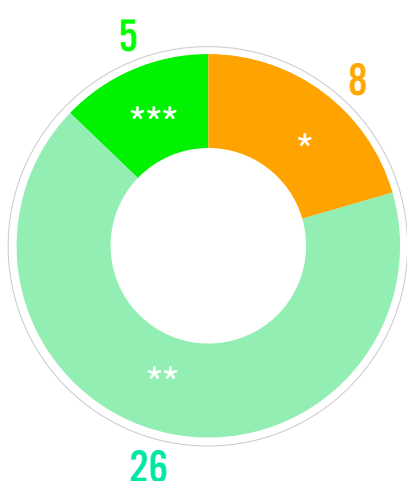
Les notes ont été attribuées selon les critères suivants :

0 étoile : Absence de critères E&S dans la rémunération variable des mandataires sociaux et dans celle des salariés. Aucune information disponible sur le processus de validation par le/les organes de gouvernance de ces rémunérations variables. Ou absence de réponse aux questions du FIR (0 entreprise).

1 étoile : Des critères E&S principalement dans la rémunération variable annuelle des mandataires sociaux, le cas échéant dans celle des salariés. Manque d'information sur le processus de validation par le/les organes de gouvernance de ces rémunérations variables et de leurs critères de performance (8 entreprises).

2 étoiles : Des critères E&S sont intégrés dans la rémunération variable annuelle et de long terme des mandataires sociaux et des salariés. Le processus de validation par le/les organes de gouvernance de ces rémunérations variables pourrait être davantage détaillé (26 entreprises).

3 étoiles : Des critères E&S sont intégrés dans la rémunération variable annuelle et de long terme des mandataires sociaux et des salariés. Informations précises sur le processus de validation par le/les organes de gouvernance de ces rémunérations variables (5 entreprises).



| | | | |
|-------------------|-----|---------------------------|-----|
| AIR LIQUIDE | ** | ORANGE | ** |
| AIRBUS GROUP | * | PERNOD RICARD | ** |
| ALSTOM | ** | PUBLICIS | ** |
| ARCELORMITTAL | * | RENAULT | ** |
| AXA | ** | SAFRAN | ** |
| BNP PARIBAS | *** | SAINT-GOBAIN | ** |
| BOUYGUES | ** | SANOFI | * |
| CAPGEMINI | *** | SCHNEIDER ELECTRIC | *** |
| CARREFOUR | * | SOCIÉTÉ GÉNÉRALE | ** |
| CRÉDIT AGRICOLE | ** | STELLANTIS | * |
| DANONE | ** | STMICROELECTRONICS | *** |
| DASSAULT SYSTÈMES | ** | TELEPERFORMANCE | ** |
| ENGIE | ** | THALES | ** |
| ESSILOR LUXOTTICA | ** | TOTALENERGIES | ** |
| HERMÈS | * | UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD | ** |
| KERING | * | VEOLIA | *** |
| L'ORÉAL | ** | VINCI | ** |
| LEGRAND | ** | VIVENDI | ** |
| LVMH | * | WORLDLINE | ** |
| MICHELIN | ** | | |

QUESTION 5.

Quels enseignements tirez-vous des nouveaux modes d'organisation du travail liés à la pandémie du COVID-19 (travail à distance, digitalisation des modes de communication, flexibilité accrue, ...) mis en place dans votre entreprise en termes d'impacts sur les conditions de travail ? Comment votre stratégie de Ressources Humaines intègre-t-elle aujourd'hui ces nouveaux modes d'organisation ? Quel dialogue social a été mené sur le sujet (accords, réflexion partagée sur l'avenir du travail, ...), et ce dans l'ensemble de vos métiers et zones d'implantation ?

La question a évolué par rapport à l'année dernière pour se concentrer sur l'application des nouveaux modes d'organisation du travail en entreprise post-pandémie : comment le télétravail a été déployé en interne, quels ont été les impacts en termes d'organisation et les mesures adaptées à cette nouvelle organisation prises pour assurer la continuité de l'activité dans de bonnes conditions de travail.

Dans un contexte de confinement à répétition et une situation sanitaire compliquée, le télétravail s'est imposé aux entreprises dans le but de protéger la santé de leurs salariés depuis le début de la crise du COVID-19 en 2020. Aujourd'hui, malgré la pandémie moins présente, le télétravail s'est tout de même largement démocratisé.

D'une situation tout d'abord subie, elle est devenue une pratique régulière et recherchée par les salariés et les demandeurs d'emploi. Les salariés se sont adaptés à la flexibilité du travail hybride, mêlant distanciel et présentiel, qu'ils considèrent globalement comme attractif⁵⁰. Un retour au tout présentiel ne semble pas souhaité.

En effet, le télétravail est particulièrement apprécié car il peut procurer de nombreux avantages à celles et ceux qui le pratiquent à travers une meilleure qualité de vie : flexibilité des horaires de travail, réduction, voire suppression des temps de transport, diminution du stress et des nuisances sonores dans l'entreprise, meilleure productivité et efficacité dans le travail, renforcement de la « confiance », meilleure conciliation entre vie professionnelle et vie privée, ...

En septembre 2021, en France, le gouvernement a levé l'obligation de fixer un nombre minimum de jours de télétravail dans les entreprises. Malgré cela, selon l'INSEE, en 2021, en moyenne chaque semaine, 22 % des salariés ont travaillé à distance.

En revanche, indépendamment du secteur d'activité, il semble également important d'instaurer un seuil minimum de travail en présentiel car il contribue à une nouvelle culture d'entreprise favorisant l'agilité, l'inclusion, l'autonomie et la confiance.

Le télétravail reste cependant très inégal et concerne majoritairement les cadres, certains métiers ne permettant pas d'y recourir. Ainsi, 55 % des cadres ont télétravaillé chaque semaine en 2021, dont la moitié sur la totalité de la semaine. À eux seuls, les cadres ont représenté 60 % des télétravailleurs alors qu'ils ne pèsent que 22 % dans l'effectif moyen des entreprises⁵¹.

Les entreprises du CAC 40 ont donc un rôle crucial à jouer, en intégrant tous leurs salariés dans la définition de la stratégie, pour trouver le bon équilibre afin de maintenir la productivité, le lien social et l'épanouissement professionnel de leurs salariés.

Les entreprises encore en phase d'apprentissage

Des initiatives intéressantes ont été mises en avant par le CAC 40 à travers cette question mais le FIR s'attendait à davantage de précision de la part des entreprises qui semblent toujours en phase d'apprentissage sur ce sujet après plus de deux ans de pandémie.

50. 93 % des salariés estiment que la flexibilité dans l'organisation du travail est un élément essentiel, d'après une enquête de ManpowerGroup, réalisée en partenariat avec Thrive, spécialiste des technologies au service du changement comportemental, menée auprès de plus de 5 000 salariés et cbômeurs de cinq pays dont la France et parue le 6 juillet 2022. Source : Le Monde.

51. Extrait d'une statistique de l'INSEE, paru le 09/03/2022 : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/6209490>

Le FIR a voulu évaluer les stratégies des nouvelles organisations du travail propres à chaque entreprise. L'évaluation a été réalisée en fonction de l'exhaustivité, de la précision et de la pertinence des réponses analysées selon trois critères : les enseignements tirés de ces dernières années, leur traduction dans une stratégie de ressources humaines claire s'appuyant sur le dialogue social, et ce sur l'ensemble des métiers et des géographies de l'entreprise.

Quatre entreprises cochent tous les critères requis pour cette question et obtiennent la note maximale de trois (L'Oréal, Orange, Renault et Worldline). C'est deux de plus que l'an dernier⁵². Les autres se répartissent de façon égale entre la note 2 et 1 à l'exception de trois entreprises qui ne fournissent pas une réponse suffisante pour obtenir de point, et cela sur tous les angles de la question.

Par rapport à l'année dernière, quinze entreprises ont amélioré leur note, et neuf entreprises ont régressé.

Dès la première partie de la question, neuf entreprises (AXA, Engie, L'Oréal, LVMH, Michelin, Orange, Renault, Safran, Worldline) dépeignent de façon complète la compréhension qu'elles ont pu retirer d'une politique de travail hybride ces dernières années.

Sur la base des critères relatifs au dialogue social et au déploiement de leur stratégie en matière de ressources humaines, onze et quinze entreprises ont respectivement répondu de façon satisfaisante⁵³.

Neuf entreprises citent des noms de programmes RH dédiés à une politique de télétravail. Mais pour cinq d'entre elles, il s'agit de programmes mis en place pendant les confinements de 2020-2021 qui n'abordent pas réellement une vision future de l'organisation du travail. Seulement quatre ont réellement détaillé les programmes initiés afin que les modes de travail évoluent dans le temps (AXA, BNP Paribas, Schneider Electric, Orange).

Un changement culturel d'entreprise

La complexité de trouver un bon équilibre

Les pratiques des entreprises du CAC 40 sont différentes les unes des autres : Schneider Electric applique une philosophie de flexibilité totale en ne limitant pas le nombre de jours de télétravail. À l'inverse, Hermès n'accorde pas de jour de télétravail à ses salariés. L'Oréal accorde au maximum deux jours de télétravail à ses salariés alors que Colas, une filiale de Bouygues, applique une politique du télétravail flexible, occasionnelle ou récurrente basée sur le choix des salariés.

Au total douze entreprises précisent le nombre de jours de télétravail accordés à leurs salariés par semaine dans leur réponse. Il s'établit en moyenne à deux jours.

Si l'avenir ne semble pas orienter vers un retour du tout présentiel, l'inverse présente également de nouveaux risques à appréhender pour tout un chacun : isolement, hyper-connexion, charge cognitive, difficultés d'organisation des collectifs. Le bureau reste un point d'ancrage essentiel, pour créer le lien social, le sentiment d'appartenance, faciliter le management d'équipe dans ces situations hybrides, l'équilibre des vies professionnelles et personnelles, le renouveau des actions de qualité de vie au travail, la diffusion de la culture de l'entreprise, ... Or, seules deux entreprises rappellent de façon claire l'importance d'un mode de télétravail hybride pour maintenir le lien social et l'esprit d'équipe (Worldline, Orange).

Les entreprises rappellent l'importance de l'accès aux outils collaboratifs et à l'appropriation des espaces de travail favorisant le travail collaboratif. 19 entreprises ont par ailleurs spécifié offrir des formations à la fois au management et aux collaborateurs pour une meilleure gestion du télétravail. Pour les managers : guide de référence, boîte à outils RH, des académies (4 500 managers formés chez AXA Manager Academy), mise à disposition d'une plateforme en ligne pour assurer le suivi et échanger avec d'autres managers dans le but de partager des bonnes pratiques pertinentes tirées des expériences (Saint-Gobain, TotalEnergies). Pour les collaborateurs : formation sur le bien-être (Capgemini), webinaires sur le thème de la santé (BNP Paribas), formation à la gestion du changement (Alstom), ...

En revanche, certains secteurs offrent un terrain plus favorable que d'autres au télétravail. Pour le pérenniser, il est important de ne pas creuser les inégalités entre les cadres et les activités industrielles, qui, par nature, ne peuvent pas toutes se prêter à ce mode de travail comme le rappellent justement Safran, EssilorLuxottica et Michelin. Seules deux entreprises proposent à ce jour une compensation prévue pour les salariés dont l'activité n'est pas compatible avec le télétravail. Pour éviter de creuser cette fracture, il semble important de proposer des dispositifs compensatoires comme par exemple des avantages financiers, le remboursement de l'intégralité des transports domicile-travail, une semaine de quatre jours, des mesures d'anticipation le plus en amont possible en cas de modifications de planning, des congés sabbatiques, ...

Un dialogue social jugé trop pauvre

Dans le cadre de la révision de la stratégie RH, il est essentiel d'instaurer un dialogue pour entendre les besoins des salariés.

Alors que quatorze entreprises ont évoqué des enquêtes réalisées auprès des salariés, seulement six ont réellement répondu aux attentes du FIR sur cet enjeu.

52. L'année dernière les deux entreprises ayant obtenu la note maximale sont BNP Paribas et Legrand.

53. Nous avons considéré la réponse comme satisfaisante lorsque la note du critère considéré était supérieure ou égale à 0,7 sur un total de 1 (note maximale).

En effet, le dialogue social relatif à l'organisation du travail s'est concrétisé par des accords signés sur le télétravail ou des échanges réguliers reflétant l'aspiration des collaborateurs à travailler autrement. Ce dialogue s'organise à travers divers comités : le CSE, le Comité de Groupe, le CSSCT, l'IEDS / CEE, ... (Michelin, Sanofi, Worldline, Colas filiale de Bouygues, Air Liquide, L'Oréal).

De bonnes avancées sur la flexibilité

Enfin, au-delà du télétravail, les entreprises se sont modernisées sur la flexibilité afin de fidéliser leurs salariés et répondre à leurs attentes.

Cette flexibilité passe avant tout par la transformation digitale de l'entreprise : nouvelles solutions collaboratives sur les lieux de travail, physiques et virtuels, renforcement de la place de la culture digitale dans les nouvelles façons de travailler, etc.

Cette flexibilité commence aussi à s'étendre progressivement au temps de travail des salariés pour renforcer le bien-être et l'équilibre vie professionnelle / personnelle du salarié : proposition de travail à temps partiel (Michelin), ou encore « congé de respiration » payé d'une durée de trois à douze mois⁵⁴ (Orange) par exemple.

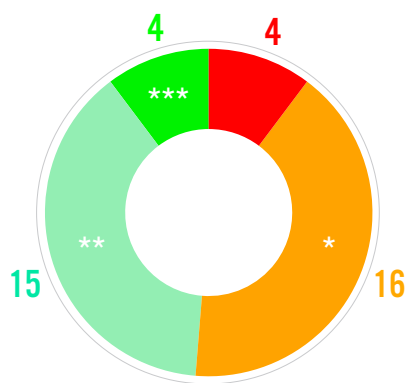
Les notes ont été attribuées selon les critères suivants :

0 étoile : pas de réponse ou réponse hors sujet (4 entreprises).

1 étoile : réponse succincte à l'ensemble des questions sous-jacentes ou approfondissement d'une ou de plusieurs sous-questions (différentes sous-questions : périmètre, risques, mesures, préparation post-pandémie) (16 entreprises).

2 étoiles : la plupart des sous-questions ont été abordées et étayées par quelques précisions (15 entreprises).

3 étoiles : réponse exhaustive et bien justifiée par des données chiffrées et des exemples significatifs et pertinents (4 entreprises).



| | | | |
|-------------------|-----|---------------------------|-----|
| AIR LIQUIDE | ** | ORANGE | *** |
| AIRBUS GROUP | | PERNOD RICARD | ** |
| ALSTOM | * | PUBLICIS | * |
| ARCELORMITTAL | | RENAULT | *** |
| AXA | ** | SAFRAN | ** |
| BNP PARIBAS | ** | SAINT-GOBAIN | * |
| BOUYGUES | ** | SANOFI | * |
| CAPGEMINI | ** | SCHNEIDER ELECTRIC | ** |
| CARREFOUR | * | SOCIÉTÉ GÉNÉRALE | * |
| CRÉDIT AGRICOLE | * | STELLANTIS | |
| DANONE | ** | STMICROELECTRONICS | |
| DASSAULT SYSTÈMES | ** | TELEPERFORMANCE | * |
| ENGIE | ** | THALES | ** |
| ESSILOR LUXOTTICA | * | TOTALENERGIES | ** |
| HERMÈS | * | UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD | * |
| KERING | * | VEOLIA | * |
| L'ORÉAL | *** | VINCI | * |
| LEGRAND | * | VIVENDI | * |
| LVMH | ** | WORLDLINE | *** |
| MICHELIN | ** | | |

54. Rémunéré à 70 % pour réaliser un projet à vocation sociale ou sociétale pour les salariés dont l'ancienneté dépasse les dix ans dans le groupe et d'un an sur son poste.

QUESTION 6.

De manière à pouvoir évaluer l'évolution d'une année sur l'autre, nous repons la question posée en 2021 pour laquelle les réponses n'ont pas atteint un niveau estimé satisfaisant. Avez-vous une définition du « salaire décent » ne se limitant pas au salaire minimum légal local ? Si oui, laquelle ? Comment votre société s'assure-t-elle que ses salarié.e.s, mais aussi les salarié.e.s de ses fournisseurs, bénéficient d'un salaire décent ?

Les crises climatique, sanitaire et géopolitique accentuent les inégalités sociales et fragilisent le niveau de vie des salariés au niveau mondial. Dans ce contexte, en glissement annuel, l'inflation a par exemple augmenté de 6,1 % en juillet 2022 en France selon l'INSEE. Le phénomène est visible partout dans le monde et le gouvernement prévoit que cette hausse des prix reste forte jusqu'à la fin de l'année 2022. Le rôle de l'entreprise sur la mise en place et la préservation d'un salaire décent dans toute sa chaîne de valeur est essentiel.

Il n'existe pas de définition internationale du salaire décent. Son niveau varie selon le contexte local, voire régional. Mais des principes communément partagés définissent un salaire décent comme une rémunération permettant à un salarié et à sa famille de vivre décemment. Il est donc important de spécifier que ce terme va au-delà de la plupart des salaires minimaux réglementaires qui ne garantissent pas nécessairement (rarement selon les associations spécialisées et les organisations syndicales) un niveau de rémunération décent.

Constatant des résultats globalement insuffisants en 2021, la même question a été posée par le FIR en 2022 dans le but de faire comprendre aux entreprises l'importance de l'ensemble des éléments de la question pour les investisseurs. La question englobe les salariés des entreprises mais aussi ceux de leurs fournisseurs et sous-traitants. Si certaines entreprises peuvent paraître moins directement exposées que d'autres à la question du salaire décent (par exemple, le secteur bancaire et de l'assurance où les salaires sont globalement plus élevés que la moyenne), toutes le sont au sein de leur chaîne de valeur. Ainsi, la question posée visait à évaluer comment les entreprises s'assuraient du versement d'un salaire décent sur l'ensemble de leur chaîne de valeur.

Malgré la similitude des questions posées en 2022 et en 2021, nos exigences ont évolué quant à l'aspect qualitatif des réponses fournies. Nous avons favorisé les entreprises ayant clairement distingué salaire minimum et salaire décent et si celui-ci est appliqué à leurs collaborateurs et à leurs fournisseurs. Il a été aussi très apprécié que les

entreprises communiquent des informations sur leurs moyens de vérification du versement d'un salaire décent à leurs propres salariés et à ceux de leurs fournisseurs. Enfin, tout élément de réponse complémentaire à ceux cités préalablement a été valorisé lorsque le FIR a jugé qu'il permettait de mieux comprendre l'application de la politique de salaire décent de l'entreprise.

Entre 2021 et 2022, trois entreprises, Vinci, TotalEnergies et LVMH, ont gagné deux points par rapport à l'année dernière et sept ont progressé de 1 point.

En 2022, L'Oréal et TotalEnergies rejoignent les sociétés bénéficiant de trois points (Schneider Electric, Kering et Michelin). Elles sont désormais cinq à atteindre ce niveau. Par ailleurs, alors qu'en 2021 20 entreprises avaient enregistré un score nul, elles sont encore 19 en 2022.

Bien que leurs réponses n'aient pas atteint la note maximale lors de la campagne de questions écrites 2021 du FIR, sept entreprises ont fourni exactement la même réponse que l'année dernière. Notre niveau d'exigence ayant progressé, nous avons baissé les notes de quatre d'entre-elles malgré la similarité des réponses (Alstom, Teleperformance, URW et Sanofi).

L'importance d'une distinction du salaire décent avec le salaire minimum

Nous nous sommes tout d'abord intéressés à l'existence d'une définition qualitative du salaire décent parmi les réponses des entreprises. Celui-ci doit être distingué du salaire minimum légal en incluant les dépenses liées à l'alimentation, la santé, l'éducation, l'habillement, le transport mais aussi l'épargne et les loisirs pour le travailleur et les personnes directement à sa charge. Nous considérons que l'appréciation du salaire décent doit intégrer la rémunération fixe et les avantages sociaux, et exclure les rémunérations incertaines (atteinte de quotas pour bénéficier de prime voire de la simple rémunération de base, participation, bonus, etc.).

En 2022, quatorze entreprises ont apporté une définition satisfaisante du salaire décent (sept en 2021).

Pour autant, cette année encore, plus de la moitié des entreprises (23 vs.18 en 2021) ont répondu à la question en indiquant veiller au respect des salaires minimum locaux des pays dans lesquels elles étaient implantées, ou ont expliqué que leur politique de rémunération se basait sur la réalisation d'études comparatives. Pour cela, les entreprises s'appuient sur des enquêtes externes souvent fournies par des prestataires mondiaux. Cela fait davantage ressortir l'intérêt que porte l'entreprise à sa compétitivité et à son attractivité qu'au niveau de rémunération décent.

La nécessité d'une vérification de la politique de salaire décent par des tiers extérieurs

La question portait également sur le périmètre d'application du niveau de rémunération décent. En 2022, onze entreprises intègrent les salariés de leurs fournisseurs - à tout le moins de certains de leurs fournisseurs - dans le périmètre d'application du salaire décent, et ce à travers différents biais.

D'une part, certaines entreprises contrôlent les niveaux de rémunération des salariés de leurs fournisseurs grâce à des audits sociaux prévus par les politiques d'achats responsables ou les plans de vigilance. Dans la plupart des cas, ces audits sont conduits sur un échantillon de fournisseurs défini en fonction de leur niveau de risque ou du volume d'achats. Ces audits peuvent donner lieu à des plans d'amélioration et à un accompagnement auprès des fournisseurs. D'autre part, des entreprises incluent leurs exigences en matière de rémunération décente dans les contrats avec leurs fournisseurs.

La complexité du sujet, la diversité des contextes peuvent nécessiter un accompagnement. On peut citer notamment LVMH, qui a mis en place en 2021 un groupe de travail visant à établir une politique de salaire décent, avec l'accompagnement du Fair Wage Network. Dix entreprises indiquent faire appel au FairWage Network et une au Wage Indicator afin d'obtenir des données quantitatives précises sur le niveau de salaire décent dans les différents pays, voire dans les régions d'opération.

Plusieurs entreprises ont communiqué la part de leurs salariés recevant un salaire décent. Par exemple, « 95 % des salariés du Groupe Michelin bénéficient d'une rémunération au moins équivalente aux références « Living Wage » déterminées par Fair Wage Network ». « Pour Schneider Electric, 100 % de ses employés sont payés au minimum un salaire décent et d'ici 2025, 100% de ses fournisseurs stratégiques assureront un travail décent à leurs salariés ». L'Oréal et TotalEnergies ont également intégré un indicateur dans leur Déclaration de Performance Extra-Financière, audité par un Organisme tiers indépendant. Par exemple, Chez L'Oréal, pour s'assurer que les « salaires décents » ainsi calculés soient appliqués, chaque année et dans chaque pays, ils sont comparés aux salaires fixes des collaborateurs, à l'exclusion donc

de la partie variable non garantie (bonus, profit sharing, etc.). L'indicateur « Nombre de CDI avec un salaire fixe en-dessous du salaire décent » est inclus dans la vérification de la déclaration consolidée de performance extra-financière de L'Oréal.

Des bonnes pratiques à étendre à toutes les entreprises

En guise de synthèse, les entreprises les plus avancées en matière de détermination d'un seuil de salaire décent et de *due diligence* ont présenté les bonnes pratiques suivantes :

- Une définition qualitative d'un salaire décent distincte du minimum légal a été apportée. Cette question spécifique est intégrée dans la politique de gestion des risques associés au non-respect des droits de l'Homme ;
- Des études sont menées dans chaque pays permettant de cerner de manière quantitative le niveau d'un salaire décent, le recours à un expert externe (Fair Wage Network ou Wage Indicator) dont la méthodologie et l'étendue de la base de données assurent un bon niveau de fiabilité ; ce niveau est appliqué sur la partie fixe du salaire ;
- Les certifications mentionnées portent précisément sur les salaires décents et non sur un ensemble plus large et plus général de critères sociaux ;
- Une vérification régulière des niveaux de salaire est conduite dans toutes les filiales et sur l'ensemble des salariés en les rapprochant avec des seuils définis en amont. Ces examens sont suivis d'un ajustement si nécessaire ; des salaires simplement supérieurs au minimum légal ne sont pas systématiquement considérés comme une preuve de salaire décent
- Des *due diligences* équivalentes sont menées chez tous les fournisseurs - à tout le moins de certains de leurs fournisseurs - afin de s'assurer qu'ils appliquent une politique de salaire décent ;
- Les vérifications sont effectuées en collaboration avec un tiers indépendant (Fair Wage Network, par exemple) ;
- La société inclut dans ses contrats avec les fournisseurs la question du salaire décent (la définition, et idéalement le suivi) ;
- L'entreprise ne se limite pas à la présentation des avantages sociaux, y compris pécuniaires (actionnariat salariés, bonus, ...), et fournit des éléments (définitions, critères, seuils, mesures quantitatives) permettant de vérifier qu'un salaire décent est versé.

C'est le cas cette année des réponses fournies par Kering, L'Oréal, Michelin, Schneider Electric et TotalEnergies.

À l'inverse certaines notations ont été minorées. C'est le cas lorsque l'entreprise s'est concentrée sur les avantages sociaux plus que sur les enjeux de rémunération, lorsque la définition de l'entreprise du salaire décent s'apparente à celle des minimas légaux et des standards nationaux, lorsqu'aucun détail n'est donné concernant

les autres pays ou sur la mise en place de possibles contrôles, en l'absence d'information sur la fréquence et le périmètre de la politique, lorsque l'entreprise ne semble pas s'impliquer suffisamment dans les pratiques de rémunération de ses partenaires.

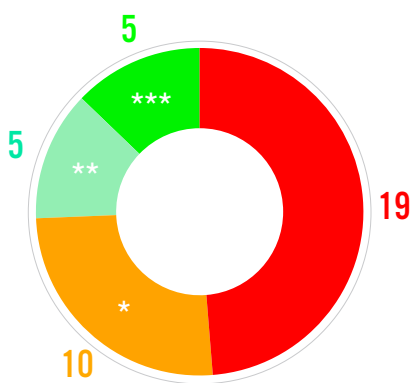
Les notes ont été attribuées selon les critères suivants :

0 étoile : l'entreprise n'apporte pas d'élément de réponse satisfaisant nos attentes sur la question du salaire décent (19 entreprises).

1 étoile : l'entreprise fournit quelques éléments laissant comprendre que la question semble être à l'étude, mais visiblement pas approfondie (10 entreprises).

2 étoiles : l'entreprise est consciente de l'enjeu et fournit des éléments intéressants sur sa gestion de cet enjeu (5 entreprises).

3 étoiles : la question du salaire décent est intégrée dans la politique de gestion des risques associés au non-respect des droits de l'Homme sur l'ensemble de la chaîne de valeur. L'entreprise met en place une cartographie des risques et déploie des actions de suivi du niveau de rémunération décente au sein de ses filiales mais aussi pour ses fournisseurs (5 entreprises).



| | |
|-------------------|-----------------------------|
| AIR LIQUIDE | ORANGE * |
| AIRBUS GROUP | PERNOD RICARD |
| ALSTOM | PUBLICIS |
| ARCELORMITTAL * | RENAULT * |
| AXA | SAFRAN * |
| BNP PARIBAS * | SAINT-GOBAIN |
| BOUYGUES | SANOFI ** |
| CAPGEMINI | SCHNEIDER ELECTRIC *** |
| CARREFOUR ** | SOCIÉTÉ GÉNÉRALE |
| CRÉDIT AGRICOLE | STELLANTIS * |
| DANONE * | STMICROELECTRONICS |
| DASSAULT SYSTÈMES | TELEPERFORMANCE * |
| ENGIE | THALES |
| ESSILOR LUXOTTICA | TOTALENERGIES *** |
| HERMÈS | UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD * |
| KERING *** | VEOLIA ** |
| L'ORÉAL *** | VINCI ** |
| LEGRAND | VIVENDI |
| LVMH ** | WORLDLINE * |
| MICHELIN *** | |

QUESTION 7.

Périmètre France : en dehors des investissements en titres de votre entreprise, quelle part des fonds d'épargne salariale proposés à vos salarié.e.s est labellisée responsable (labels ISR, Greenfin, CIES ou Finansol) ? Comment expliquez-vous le maintien de fonds non responsables en l'absence de différence de rentabilité et alors que la Place de Paris est leader sur le sujet ? Dans vos autres pays d'implantation : vos dispositifs d'épargne à l'intention de vos collaborateurs (retraite ou autres) intègrent-ils également des critères ESG ? Comment le conseil d'administration ou de surveillance encourage-t-il la souscription de ces types de fonds d'épargne salariale ?

Les dispositifs d'épargne salariale, présents dans la majorité des grandes entreprises françaises, représentent une opportunité de développement importante pour l'Investissement Socialement Responsable. En effet, encouragées par la loi Pacte, l'épargne salariale et l'épargne retraite d'entreprise s'élevaient au 31 décembre 2021 à plus de 167 milliards d'euros d'encours, en hausse de 14 % par rapport à 2020⁵⁵, bénéficiant à plus de 10 millions de salariés et 360 000 entreprises. La qualité du process ESG de ces dispositifs est primordiale pour garantir aux collaborateurs de l'entreprise des placements véritablement responsables. Même si le niveau d'exigence quant à la sélectivité du label ISR est aujourd'hui questionnée, les labels, dès lors qu'ils sont portés par une partie substantielle de la place, permettent tout de même de garantir un process ESG encadré et/ou des financements directs pour l'économie solidaire (label Finansol) ou l'économie verte (label Greenfin).

Par rapport à l'année passée, la question a été complétée d'une demande d'explication sur le maintien de fonds non responsables dans le dispositif d'épargne salariale, et ce dans le but de comprendre les raisons qui poussent les entreprises à maintenir ces fonds alors même que la différence de rentabilité est loin d'être démontrée.⁵⁶ La question a également été enrichie d'une partie portant sur la gouvernance de l'épargne salariale : « *Comment le conseil d'administration ou de surveillance encourage-t-il la souscription de ces types de fonds d'épargne salariale ?* ».

Nous évaluons ici la qualité du dialogue social. Mais nous cherchons aussi, plus globalement, à comprendre comment les instances de gouvernance au plus haut niveau (conseils d'administration ou de surveillance de l'entreprise) peuvent encourager l'investissement responsable de l'épargne salariale de l'entreprise ainsi que sa cohérence avec la politique RSE du groupe. Enfin, nous avons également examiné l'intégration de critères ESG dans les dispositifs d'épargne hors France.

Le nombre d'entreprises labellisant leurs fonds d'épargne salariale ou retraite reste stable malgré une bonne dynamique sur les fonds responsables.

32 entreprises déclarent avoir au moins un fonds d'épargne labellisé responsable, chiffre stable par rapport aux deux années précédentes (respectivement 30 en 2021 et 32 en 2020). Bien que toutes n'aient pas précisé les noms des labels en question, d'après les réponses reçues complétées par des recherches internes, nous avons comptabilisé treize entreprises disposant d'au moins un fonds labellisé ISR (-1 par rapport à 2021), 22 sociétés avec au moins un label CIES (identique à 2021) et 19 entreprises offrant au moins un label Finansol (+4 par rapport à 2021). En outre, deux réponses mentionnent d'autres labels : Greenfin et Febelfin (Belgique) pour un fonds sous-jacent de Danone, Luxflag (Luxembourg) pour un fonds de TotalEnergies.

55. <https://www.afg.asso.fr/wp-content/uploads/2022/03/afg-communique-presse-stat-esr-12-2021-vdef-1.pdf>

56. Sur ce point, se référer par exemple à une étude de 2020 du FIR et de l'École Polytechnique qui estime même que 62 % des fonds ISR ont surperformé, et cela dans toutes les classes d'actifs (actions, obligations, fonds diversifiés ou fonds monétaires), hors fonds immobiliers.

Enfin, quelques entreprises ne précisent pas le nom des labels et ces derniers n'ont pas pu être identifiés (Vivendi, Saint-Gobain). On compte également dix entreprises déclarant avoir au moins trois labels différents (+2 par rapport à 2021), huit entreprises en ayant deux (+1 par rapport à 2021) et douze un seul (+5 par rapport à 2021).

Concernant la proportion des encours labellisés, 22 entreprises (contre douze en 2021) détaillent le pourcentage d'encours labellisés (épargne salariale et/ou épargne retraite). D'après nos calculs, le pourcentage moyen d'encours labellisés⁵⁷ est de 33 % en progression par rapport aux 23 % de l'année dernière. L'écart entre les entreprises demeure néanmoins très important entre moins de 1 % et 69 % des encours labellisés. D'une manière générale, plus d'un quart des entreprises (12) semble être dans une bonne dynamique exprimant leur augmentation ou ambition d'augmenter leur part de fonds responsables : Airlia, Airbus, Bouygues, Crédit Agricole (pour les fonds dédiés diversifiés), Capgemini, Legrand, Michelin, Publicis, Société Générale, Thales (réflexion en cours), Veolia et Vinci. Un nombre moins important précise sa démarche ou son intention d'aller vers plus de labellisation : Kering, L'Oréal, Safran, TotalEnergies et Orange.

Il est intéressant de noter qu'un peu plus d'un quart du panel (douze entreprises) fait également référence à la réglementation SFDR en mentionnant notamment les fonds classés dans les catégories articles 8 et 9, les plus exigeantes, ou leur intention de les classer dans ces catégories, laissant parfois entrevoir une certaine confusion entre labellisation et réglementation SFDR. En particulier, Carrefour, Crédit Agricole, Danone, Pernod Ricard, TotalEnergies et Veolia déclarent explicitement avoir des fonds classés article 9 ou en cours de classification. Mais, parmi ces entreprises, seule TotalEnergies détaille également l'augmentation de sa part de fonds labellisés. Par ailleurs, nous avons identifié plusieurs raisons avancées par quelques entreprises pour justifier la présence de fonds non responsables parmi les fonds d'épargne : fonds monétaire avec un horizon à court terme, possibilité d'avoir une plus forte diversification (quatre entreprises, en termes de classe d'actifs et en termes de risque et de rendement), prise en compte de la volonté des organisations syndicales et de la direction

Conclusion

En résumé, sur trois ans, le nombre d'entreprises qui disposent de labels responsables pour leur fonds d'épargne salariale est stable. En revanche, le pourcentage des encours labellisés semble progresser significativement. Toutefois, nous regrettons que ce pourcentage – 33 % en moyenne, avec des différences importantes entre les sociétés – ne soit pas plus élevé au regard de la demande croissante pour une épargne responsable et de l'avance de la France sur ce sujet. Concernant les dispositifs à l'international,

de garantir une stabilité pour les épargnants, et même rentabilité supérieure des fonds non ISR (deux entreprises). Si la volonté de limiter le risque s'entend, les arguments avançant un rendement inférieur des fonds ISR sont infondés comme l'ont démontré de nombreuses études⁵⁸.

Encore très peu de transparence sur l'intégration de l'ESG dans les dispositifs hors France

Concernant les dispositifs d'épargne salariale hors de France, seulement neuf entreprises donnent des exemples de dispositifs d'épargne labellisés ou intégrant des critères ESG, principalement dans des pays occidentaux (États-Unis, Royaume-Uni, Belgique, ...). La plupart ne répondent pas à cette partie de la question ou indiquent que cela dépend des dispositifs locaux sur lesquels elles ne seraient pas décisionnaires en tant que société mère. Cependant, quelques exemples intéressants montrent que des actions peuvent être menées comme chez Michelin : « *dans certains pays, comme au Royaume-Uni, le fonds par défaut qui représente près de deux tiers des actifs du régime à cotisations définies britannique est un fonds ESG. Dans beaucoup de pays où nous avons des options de choix individuels de fonds / fenêtre de courtage, des fonds ESG ou éthiques sont disponibles* ». Ne répondant pas directement à la question, six entreprises mentionnent leur dispositif d'actionnariat salarié.

Les dispositifs ne font visiblement pas l'objet de discussions au sein des plus hautes instances mais sont décidés en consultation au niveau des conseils de surveillance des fonds

Enfin, seize entreprises soulignent le rôle des conseils de surveillance des fonds ou des organisations syndicales pour encourager le développement de fonds d'épargne responsables. Safran, par exemple, a mis en place un système d'abondement sur le PERCOL, dont 96 % des fonds sont labellisés et sur le fonds Safran Avenir Rendement en cours de certification ISR. Aucune entreprise n'est en mesure d'expliquer clairement le rôle du conseil d'administration ou de surveillance de l'entreprise dans le développement de l'offre. Les dispositifs ne sont visiblement pas débattus au sein des plus hautes instances à ce jour mais décidés en consultation au niveau des conseils de surveillance des fonds ou dans le cadre du dialogue social.

beaucoup de chemin reste à parcourir. La non-maîtrise de ce qui se passe localement hors de France par les sièges des entreprises questionne sur la volonté d'une Responsabilité Sociale d'Entreprise internationale et dynamique. Finalement, il est souhaitable que le sujet de l'épargne salariale soit davantage pris en compte par les hautes instances de gouvernance de l'entreprise afin que ces dernières impulsent la diffusion de l'épargne responsable au sein de l'ensemble des filiales du groupe où des dispositifs peuvent être mis en place.

57. Nous avons exclu les entreprises qui donnaient seulement encours labellisés dans l'épargne retraite.

58. Voir par exemple les différentes études citées par cet article : <https://www.linxea.com/actualites/epargne/fonds-isr-ou-esg-sont-ils-moins-chers-et-plus-rentables/>

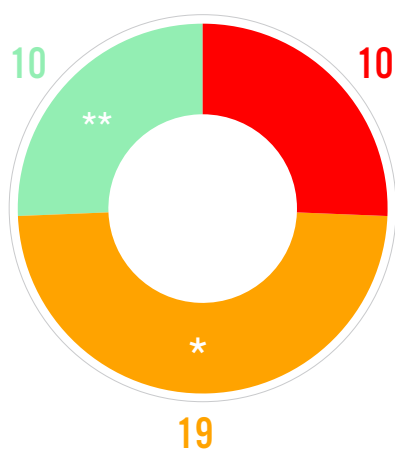
Les notes ont été attribuées selon les critères suivants :

0 étoile : en France, aucun fond d'épargne salariale labellisé ; dans les autres pays, les dispositifs d'épargne n'intègrent pas de critères ESG ou cela n'est pas précisé ; pas d'information sur le rôle du conseil d'administration (10 entreprises).

1 étoile : soit une part significative des fonds d'épargne salariale en France est labellisée mais aucune information sur les dispositifs à l'étranger et l'incitation de la gouvernance n'est donnée ; soit une part non significative de fonds est labellisée ou il existe un process ESG transparent et les dispositifs d'épargne salariale dans les autres pays d'implantation comprennent des critères ESG mais qui manquent de détail sur ces critères ; pas ou peu d'informations sur le rôle du conseil (19 entreprises).

2 étoiles : une partie significative des fonds d'épargne salariale est labellisée en France et, le cas échéant, l'entreprise justifie bien pourquoi tous les fonds ne sont pas labellisés ou un dispositif robuste est en cours de déploiement ; les critères ESG intégrés dans les autres dispositifs d'épargne salariale, hors périmètre France, sont décrits mais pourraient être plus détaillés ; un organe de gouvernance et/ou de dialogue social encourage la souscription à ce type de fonds mais le rôle du conseil d'administration ou de surveillance n'est pas suffisamment clair (10 entreprises).

3 étoiles : 100 % des fonds d'épargne salariale (hors investissement en titres de l'entreprise) sont labellisés en France et les dispositifs d'épargne dans les autres pays d'implantation intègrent des critères ESG clairs et détaillés. La manière dont le conseil d'administration encourage la souscription à ce type de fonds est détaillée et convaincante (0 entreprise).



| | | | |
|-------------------|----|---------------------------|----|
| AIR LIQUIDE | * | ORANGE | ** |
| AIRBUS GROUP | * | PERNOD RICARD | * |
| ALSTOM | * | PUBLICIS | * |
| ARCELORMITTAL | | RENAULT | ** |
| AXA | * | SAFRAN | ** |
| BNP PARIBAS | ** | SAINT-GOBAIN | |
| BOUYGUES | | SANOFI | |
| CAPGEMINI | * | SCHNEIDER ELECTRIC | |
| CARREFOUR | * | SOCIÉTÉ GÉNÉRALE | ** |
| CRÉDIT AGRICOLE | * | STELLANTIS | * |
| DANONE | * | STMICROELECTRONICS | |
| DASSAULT SYSTÈMES | * | TELEPERFORMANCE | |
| ENGIE | | THALES | * |
| ESSILOR LUXOTTICA | | TOTALENERGIES | ** |
| HERMÈS | * | UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD | * |
| KERING | ** | VEOLIA | ** |
| L'ORÉAL | * | VINCI | ** |
| LEGRAND | * | VIVENDI | * |
| LVMH | | WORLDLINE | * |
| MICHELIN | ** | | |

QUESTION 8.

Publiez-vous une charte détaillant vos engagements en matière de responsabilité fiscale ? Si oui, comment cette responsabilité fiscale s'intègre-t-elle plus largement au sein de votre responsabilité sociale ? Le conseil revoit-il et approuve-t-il cette charte ? Rendez-vous compte annuellement de l'application des principes de cette charte au travers d'un rapport de responsabilité fiscale ? Ce rapport détaille-t-il les impôts payés pays par pays ?

Le sujet de la fiscalité n'est pas nouveau dans l'analyse extra-financière mais les développements récents, qu'ils soient nationaux, européens, ou en faveur d'une réforme fiscale mondiale ont ramené les pratiques fiscales sur le devant de la scène et en ont fait un enjeu stratégique. La responsabilité fiscale constitue par ailleurs une dimension clé de la Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE). La charge d'impôts alimente les finances publiques, favorise la répartition de valeur auprès des communautés locales et permet de contribuer aux objectifs de développement durable, via des infrastructures et les politiques publiques.

Cette thématique, directement rattachée à l'ODD 16 des Nations Unies, sur la justice et l'efficacité des institutions, interpelle de plus en plus les investisseurs socialement responsables. Ceux-ci sont conscients que les stratégies d'évitement de l'impôt, légales ou non, ont un coût social et humain élevé qui se répercute sur les sociétés, malgré l'avantage qu'elles en retirent à court terme. Par ailleurs, l'optimisation fiscale agressive de certaines entreprises peut présenter des risques légaux et de réputation pour les sociétés et leurs investisseurs. Elles s'exposent notamment à des litiges, avec les autorités des pays, qui peuvent susciter des amendes importantes. Enfin, à long terme, ces pratiques peuvent conduire, au-delà des risques sur la performance des entreprises, à une dégradation de la qualité de l'environnement économique dans lequel celles-ci évoluent. Ainsi l'OCDE estime le manque à gagner fiscal annuel des États entre 100 et 240 milliards de dollars, soit entre 4 et 10 % des recettes de l'impôt sur le bénéfice des sociétés à l'échelle mondiale. L'optimisation fiscale devient par conséquent un vrai risque de durabilité, qui doit faire partie intégrante de l'analyse ESG.

Les gouvernements sont en outre de plus en plus vigilants sur ce sujet, comme en témoignent le développement et le durcissement récent des réglementations internationales à cet égard. En octobre 2021, l'OCDE a annoncé un accord historique sur une réforme de la fiscalité internationale en instituant un taux d'imposition minimum de 15 % aux multinationales à partir de 2023. Un mois plus tard, dans l'objectif d'améliorer la transparence fiscale des entreprises, le Parlement européen a approuvé une directive (Directive 2021/2101) rendant obligatoire la publication d'un *Country-by-Country Reporting (CbCR)* pour les entreprises dont le chiffre d'affaires est supérieur à 750 millions d'euros. Cette déclaration pays par pays était obligatoire depuis 2013 pour le secteur bancaire⁵⁹, et les opérateurs de l'industrie extractive faisaient également déjà l'objet d'exigences de *reportings* supplémentaires⁶⁰.

Le simple respect de la conformité de la part des sociétés apparaît cependant insuffisant : c'est pour cette raison que le FIR a souhaité adresser des questions relatives à cette thématique aux entreprises du CAC 40. La responsabilité fiscale est un sujet soulevé par le FIR depuis désormais trois ans, à travers sa campagne d'engagement « Le CAC 40 est-il responsable ? ». Cette année encore nous avons dédié une question spécifique à la responsabilité fiscale afin d'encourager la transparence, une meilleure gouvernance et l'intégration de ce sujet dans les stratégies de RSE. L'objectif est ici de mieux comprendre la stratégie fiscale des entreprises et de les inciter à adopter de meilleures pratiques visant à améliorer leur transparence mais aussi leur responsabilité sur ce sujet. Il convient de rappeler que ces questions s'inscrivent dans le prolongement d'une campagne lancée fin 2018 par la commission Dialogue

59. Directive 2013/34/EU et article L.511-45 du code monétaire et financier.

60. Les entreprises dont tout ou partie de leurs activités relève du secteur de l'extraction doivent rendre « public annuellement [...] un rapport sur les paiements effectués au profit des autorités de chacun des États ou territoires dans lesquels elles exercent ces activités » (directive 2013/34/EU et article L.225-102-3 du code de commerce). Les entreprises opérant dans les pays qui ont adhéré à l'initiative pour la transparence dans les industries extractives (ITIE) font également l'objet d'exigences de transparence renforcées.

et Engagement du FIR sur les pratiques fiscales des entreprises du CAC 40 dont les résultats ont été publiés en mai 2020.

Plus de la moitié des entreprises se sont dotées d'une charte ou politique fiscale mais avec un niveau de détail très variable

Si l'on s'en réfère à la définition proposée par le FIR dans le rapport cité précédemment qui définit une charte de responsabilité fiscale comme « *une déclaration de principes écrite, d'accès public, qui formalise l'engagement des entreprises à s'acquitter de l'impôt là où la valeur a été créée afin de contribuer à un juste partage de la valeur* », il apparaît que sur les 39 entreprises ayant répondu à la question, 22 possèdent une charte fiscale dédiée (contre douze sur 25 en 2019)⁶¹. Le niveau de détail et d'engagement de ces politiques fiscales reste cependant très variable.

Après une étude plus approfondie de leurs engagements, on constate que près de la moitié des entreprises mentionnent dans leur charte fiscale – ou dans leurs rapports annuels lorsqu'elles ne publient pas de charte dédiée – des pratiques fiscales qu'elles considèrent inacceptables. À titre d'exemple, 18 entreprises mentionnent la question des paradis fiscaux dont onze précisent qu'elles s'appuient sur la liste établie par l'Union européenne des États et Territoires Non Coopératifs (ETNC), et 24 indiquent s'interdire de recourir à une politique fiscale agressive, c'est-à-dire de monter des structures artificielles ou des opérations dépourvues de substance économique ou commerciale, dont la finalité serait strictement fiscale. Elles sont également 24 à préciser qu'elles s'appuient sur les directives de l'OCDE pour fixer les prix de transfert intra-groupe en accord avec le principe de pleine concurrence qui stipule que « *toute activité commerciale entre les entités du groupe doit être réalisée à un prix de marché lorsqu'un tel prix existe ou, en l'absence de celui-ci, doit s'appuyer sur une justification étayée formellement* ».

En parallèle, certaines pratiques positives semblent désormais s'imposer comme des standards en matière de responsabilité fiscale puisqu'elles sont partagées par la quasi-totalité des entreprises du CAC 40. Ainsi, l'ensemble des entreprises à l'exception d'une, affirment respecter l'imposition des bénéfices de l'entreprise dans la juridiction fiscale où la valeur économique – biens ou services – est créée.

Nous nous sommes par ailleurs intéressés à l'intégration des politiques fiscales au sein de la gouvernance des entreprises. Dans le prolongement des résultats de l'enquête de 2019, la politique fiscale reste la prérogative de la direction financière. En ce qui concerne la charte

fiscale nous notons toutefois de bonnes pratiques qui peuvent laisser présager d'une intégration croissante de la politique fiscale auprès du conseil d'administration. Ainsi, neuf entreprises déclarent avoir fait revoir et approuver ce document par le conseil d'administration ou de surveillance, dont deux le font annuellement (Kering, URW). Parmi ces entreprises, cinq sociétés (TotalEnergies, Danone, Kering, Stellantis et Veolia) précisent que le sujet a été confié au comité d'audit et une entreprise (Société Générale) au comité des risques.

Une fiscalité qui semble commencer à s'intégrer au sein de la responsabilité sociale ...

Bien que la plupart des entreprises n'abordent encore la question de la politique fiscale que sous l'angle de la conformité, nous notons une hausse de l'intégration de cet enjeu à la responsabilité sociale de l'entreprise. Deux entreprises (Orange et Bouygues) mentionnent à cet égard la notion de « civisme fiscal » dans leur politique fiscale. D'autre part, plusieurs entreprises soutiennent qu'elles sont membres ou se sont engagées à suivre les principes de l'initiative B Team, une organisation à but non lucratif regroupant dirigeants d'entreprise et membres de la société civile en faveur d'un modèle économique plus juste et plus respectueux de l'environnement et qui a notamment développé « the B Team Responsible Tax Principles⁶² ».

... mais la publication d'un rapport de responsabilité fiscale reste exceptionnelle

Seules cinq sociétés (AXA, Société Générale, TotalEnergies, Orange et Danone) publient un rapport de responsabilité sociale. En dehors des secteurs pour lesquels il y a des obligations relatives, elles ne sont plus que deux à le faire (Danone, Orange). Ces initiatives sont louables, nous apprécions l'effort de transparence, mais il reste encore de la marge avant de fournir une transparence complète avec le niveau de détail approprié. Quant aux entreprises pour lesquelles il existe une obligation réglementaire, nous avons rarement observé la volonté d'aller au-delà des exigences législatives. Trois entreprises néanmoins ont retenu notre attention. La première a, pour la première fois, publié son rapport de transparence fiscale, et cela, de manière assez complète, bien structuré et avec un niveau de détail notable en incluant tous les pays de son périmètre opérationnel dans son *reporting* pays par pays (TotalEnergies). Les deux autres publient un rapport de transparence fiscale qui mériterait d'être plus exhaustif car elles proposent un *reporting* pour les principaux pays uniquement. Nous avons cependant apprécié l'approche pédagogique de leur rapport (AXA, Société Générale). À noter que trois sociétés seulement justifient l'absence de *reporting* pays par pays en précisant que cette pratique porterait atteinte à la compétitivité. Elles étaient 65 %

61. Voir : https://www.frenchsif.org/isr_esg/actus/2020/FIR-Pratiques-Fiscales-CAC40-Mai-2020.pdf, page 9.

62. <https://bteam.org/assets/reports/A-New-Bar-for-Responsible-Tax.pdf>

en 2020 à mettre en avant cet argument. Par ailleurs, cinq entreprises (Airbus, Capgemini, Danone, Renault, TotalEnergies) mentionnent l'obligation de publication d'un *reporting* pays par pays à venir suite à l'adoption de la Directive 2021/2101 sur la transparence fiscale des multinationales.

En résumé, nous observons que la responsabilité fiscale reste un sujet insuffisamment pris en compte sous l'angle de la responsabilité sociale, encore abordé avec beaucoup de prudence, voire avec une certaine opacité justifiée par

des enjeux de concurrence pour le moins discutables. Si plusieurs entreprises semblent se préparer à l'obligation de publier un *reporting* pays par pays pour les entreprises réalisant plus de 750 millions s'euros de chiffre d'affaires⁶³, il semble qu'une réflexion plus globale sur leur responsabilité fiscale soit encore nécessaire. Cela nécessiterait peut-être une réglementation plus stricte pour encourager les entreprises du CAC 40 à répondre aux attentes de leurs parties prenantes.

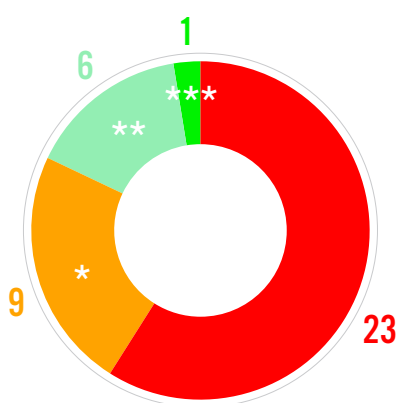
Les notes ont été attribuées selon les critères suivants :

0 étoile : La politique fiscale de la société est insuffisamment développée : la société n'a pas de charte fiscale ou possède une charte fiscale limitée qui ne va pas au-delà des standards de place (23 entreprises).

1 étoile : La politique fiscale de la société est en développement : la charte fiscale est approuvée par le conseil d'administration, où l'entreprise commence à publier un *reporting* mais celui-ci est le plus souvent limité aux principales zones géographiques (9 entreprises).

2 étoiles : La politique fiscale de l'entreprise est avancée : la société publie un *Country by Country Reporting* plus spécifiquement par pays principaux où ce *reporting* ne fait pas l'objet d'un rapport dédié (6 entreprises).

3 étoiles : La politique fiscale est considérée comme complète car elle est intégrée à la responsabilité sociale de l'entreprise, approuvée par le conseil d'administration et la société publie un rapport annuel sur sa responsabilité fiscale détaillant les impôts payés pays par pays en incluant tous les pays de son périmètre (1 entreprise).



| | | | |
|-------------------|----|---------------------------|-----|
| AIR LIQUIDE | | ORANGE | ** |
| AIRBUS GROUP | | PERNOD RICARD | |
| ALSTOM | | PUBLICIS | |
| ARCELORMITTAL | | RENAULT | |
| AXA | ** | SAFRAN | * |
| BNP PARIBAS | ** | SAINT-GOBAIN | |
| BOUYGUES | * | SANOFI | * |
| CAPGEMINI | | SCHNEIDER ELECTRIC | |
| CARREFOUR | | SOCIÉTÉ GÉNÉRALE | ** |
| CRÉDIT AGRICOLE | ** | STELLANTIS | * |
| DANONE | ** | STMICROELECTRONICS | |
| DASSAULT SYSTÈMES | * | TELEPERFORMANCE | |
| ENGIE | * | THALES | |
| ESSILOR LUXOTTICA | | TOTALENERGIES | *** |
| HERMÈS | | UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD | * |
| KERING | * | VEOLIA | * |
| L'ORÉAL | | VINCI | |
| LEGRAND | | VIVENDI | |
| LVMH | | WORLDLINE | |
| MICHELIN | | | |

63. <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2021/06/01/public-country-by-country-reporting-by-big-multinationals-eu-co-legislators-reach-political-agreement/>

QUESTION 9.

**Publiez-vous une charte de lobbying responsable ?
Êtes-vous membre d'associations professionnelles dont certaines positions sont controversées au regard de l'intérêt général ? Si oui, quelles actions menez-vous pour réorienter les positions de ces associations ?
Quels moyens (humains et financiers) consolidés (i.e. : sur l'ensemble de votre périmètre géographique) allouez-vous à la représentation d'intérêt ?**

La prise en compte des activités de lobbying des entreprises fait partie intégrante de l'évaluation par les investisseurs de leurs pratiques de gouvernance. Ainsi, en tant qu'investisseur responsable, au-delà du niveau de transparence attendu, de l'analyse des meilleures pratiques et de l'identification d'axes d'amélioration, il convient avant tout de s'assurer de la cohérence entre les engagements pris par les entreprises en matière de développement durable et leurs pratiques de lobbying. Un récent rapport⁶⁴ intitulé « An investor-led framework of pilot indicators to assess banks on the transition to net zero », publié par TPI (Transition Pathway Initiative) en collaboration avec IIGCC (Institutional Investors Group on Climate Change) portant sur la définition d'indicateurs visant à évaluer les stratégies et objectifs de décarbonation des banques attire l'attention. Ainsi, aucune des 27 banques évaluées ne conduit explicitement ses activités de lobbying en phase avec l'Accord de Paris, et ne veille à ce que les associations professionnelles dont elles sont membres mènent leurs activités de lobbying conformément à cet accord. À la lecture des réponses des entreprises du CAC 40 aux questions du FIR sur le lobbying et en particulier sur les positions des associations dont elles sont membres, il ressort que la cohérence entre les engagements pris et les pratiques de lobbying n'est pas encore ancrée dans tous les esprits.

Six entreprises ont apporté une réponse très insuffisante concernant leurs pratiques de lobbying

La question de la pratique des activités de lobbying a été introduite pour la première fois dans la campagne du FIR en 2021. Une évaluation du niveau de maturité des entreprises sur leur formalisation et leur intégration dans une stratégie RSE a été menée, faisant ressortir une qualité de réponse assez médiocre (seules quinze entreprises sur les 40 du CAC 40 avaient obtenu 2 et 3 étoiles). Rappelons qu'au cours

de ces dernières années, le cadre réglementaire relatif aux activités de lobbying s'est renforcé dans un certain nombre de pays et en particulier en France, à travers la loi Sapin 2 adoptée en décembre 2016⁶⁵. Il faut aussi noter que certaines entreprises du CAC 40 (Airbus, ArcelorMittal, Stellantis, STMicroelectronics) n'ayant pas leur siège social situé en France, ne sont pas soumises aux obligations légales françaises.

Pour cette troisième saison, nous avons posé des questions plus précises afin notamment de mieux orienter les réponses tout en relevant le niveau d'exigence. Ainsi, alors que seules douze sociétés faisaient spontanément référence à une charte de lobbying, charte des affaires publiques ou code de conduite l'an passé, en 2022, six entreprises n'en font pas mention (ArcelorMittal, Hermès, Saint-Gobain, Teleperformance, Vinci, Vivendi) et trois déclarent ne pas en publier (EssilorLuxottica, Stellantis, Worldline). Notons que l'existence d'une charte de lobbying ou d'un code n'a pas suffi pour obtenir 1 étoile. Certaines sociétés en ont déclaré l'existence mais n'ont obtenu aucune étoile du fait d'une qualité de réponse très insuffisante, à l'image d'Airbus, ou de Pernod Ricard. Deux entreprises déclarent ne pas pratiquer d'activité de lobbying : Teleperformance et Capgemini sauf dérogation spécifique du Directeur Général pour cette dernière. Une autre indique, ne pas en mener directement (Vinci). Elles étaient quatre l'année dernière : Teleperformance, Capgemini et Vinci ainsi que Publicis. Cette année, Publicis a fourni une réponse plus précise et déclare pouvoir être amenée à conduire des actions de lobbying au nom de ses clients.

Pour treize entreprises évaluées à 1 étoile, leur contribution à l'interrogation du FIR s'est limitée à une réponse à un seul des trois volets de la question, associée à un commentaire lapidaire. Les plus fréquents ont trait

64. <https://www.iigcc.org/media/2022/07/An-investor-led-framework-of-pilot-indicators-to-assess-banks-on-the-transition-to-net-zero-28-July.pdf>

65. <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000033558528>

à la description des grands principes de leurs activités de lobbying, à l'enregistrement (obligatoire) auprès des institutions européennes, des responsables publics français et des autorités compétentes américaines, et à la référence à des associations professionnelles dont elles sont membres. Concernant les interactions avec les associations professionnelles ou autorités publiques, Stellantis assure une veille visant à garantir des interactions transparentes, éthiques et responsables avec les autorités publiques et Air Liquide s'engage à publier dans les prochains mois « un rapport synthétique concernant les principales associations où le Groupe contribue activement, en précisant le cas échéant les actions prises lorsque nous estimons que certaines associations ne se positionnent pas de façon cohérente par rapport à nos propres objectifs de neutralité carbone ».

19 entreprises ont apporté une réponse plus élaborée sur l'ensemble des questions (2 et 3 étoiles)

En apportant au moins deux éléments de réponse à la question, douze sociétés obtiennent un score de 2 étoiles (Carrefour, Crédit Agricole, Dassault Systèmes, EssilorLuxottica, L'Oréal, LVMH, Safran, Sanofi, Schneider Electric, TotalEnergies, Veolia, Worldline).

Sept entreprises obtiennent la note maximale (3 étoiles) pour avoir apporté une réponse complète aux trois éléments de la question (les bons élèves de l'année dernière : BNP Paribas, Kering, Michelin, Orange, et les nouveaux de cette année : Alstom, Société Générale et Renault).

Seulement un quart du panel déclare ne pas appartenir à des associations professionnelles allant contre l'intérêt général

Six sociétés (L'Oréal, LVMH, Sanofi, TotalEnergies, Veolia, Worldline) mentionnent explicitement leur participation à des associations ou fédérations professionnelles.

EssilorLuxottica ne mentionne pas de participation directe mais précise que le groupe peut être représenté à certaines occasions par des organisations professionnelles.

Deux sociétés (Carrefour, Crédit Agricole) n'indiquent pas si elles sont membres ou non d'associations. Schneider Electric indique ne pas s'engager dans une activité ou une représentation politique et ajoute que le groupe n'effectue aucun paiement à des partis politiques tout comme Société Générale.

Dix sociétés précisent, à leur connaissance, ne pas être membres d'associations ou associations professionnelles qui auraient des positions controversées au regard de l'intérêt général (Bouygues, Dassault Systèmes, Legrand, L'Oréal, Safran, Stellantis, Vivendi, Worldline) ou de la transition énergétique (Engie et TotalEnergies). On peut néanmoins s'interroger sur la définition de l'intérêt général qui est donnée par les entreprises.

Enfin, seulement deux entreprises (Air Liquide, Société Générale) évoquent certaines actions ou positions menées pour réorienter et s'assurer des orientations des associations dont elles sont membres. Air Liquide prévoit

de publier un rapport concernant les actions prises au sein des principales associations où elle contribue. Quant à Société Générale, elle évoque utiliser son pouvoir d'influence et faire reconnaître formellement les divergences de vue auprès des interlocuteurs publics.

Douze entreprises seulement communiquent les montants et budgets directement alloués aux activités de lobbying

Certaines sociétés précisent le rattachement de l'équipe en charge des activités de lobbying.

C'est le cas de Michelin (3 étoiles) : « les affaires publiques s'articulent entre une équipe au niveau Groupe (Paris, Bruxelles) et des équipes, dans les principaux pays ou principales régions du monde où le Groupe opère ».

Pour LVMH (2 étoiles) : « la Direction Générale du Groupe, le Secrétariat Général et la Direction assurent la représentation des affaires publiques et des intérêts du Groupe ». Orange (3 étoiles) précise que « le Secrétaire général du Groupe est en charge des relations institutionnelles et, sous son autorité, la direction des affaires publiques conduit cette activité de représentation d'intérêts, qu'elle exerce à Paris ainsi qu'à Bruxelles ... ».

Ou encore Safran (2 étoiles) : « Les activités de lobbying sont placées sous la responsabilité du Directeur Groupe International et Institutionnel ».

Sept sociétés précisent le nombre de personnes en charge des activités de représentation d'intérêts : Carrefour (4 collaborateurs), Crédit Agricole (10), Dassault Systèmes (2), EssilorLuxottica (1), Kering (4), Renault (6 en France), Société Générale (14).

Sanofi mentionne ne pas consolider les moyens humains et financiers spécifiques à la représentation d'intérêts. Schneider Electric, Alstom, BNP Paribas ne précisent pas les moyens humains utilisés. L'Oréal parle de moyens humains équivalents à 50 % du temps de trois effectifs temps plein.

TotalEnergies, Worldline renvoient sur le site de la HATPV⁶⁶, et Veolia se contente d'expliquer qu'il n'existe pas à l'heure actuelle de méthodologie harmonisée pour procéder à un tel calcul.

Concernant les moyens financiers alloués à la représentation d'intérêt, les 19 sociétés qui obtiennent 2 ou 3 étoiles apportent un niveau de réponse convenable.

En effet, douze d'entre elles (BNP Paribas, Carrefour, Dassault Systèmes, EssilorLuxottica, Kering, L'Oréal, Orange, Renault, Schneider Electric, Société Générale, Veolia, Worldline) communiquent les montants et budgets directement alloués aux activités de lobbying. L'information n'est pas divulguée chez LVMH, Sanofi et Crédit Agricole.

Trois entreprises (Michelin, Safran, TotalEnergies) renvoient au document de la HATVP et Alstom renvoie à sa Policy Influence 2021 qui détaille l'ensemble des montants publiés.

66. <https://www.hatvp.fr/>

En conclusion, la question de la pratique des activités de lobbying dans la campagne du FIR pour l'année 2022 a continué de susciter un certain intérêt. Une activité qui n'est pas sans conséquence sur la vie démocratique et qui se doit de respecter des règles juridiques et éthiques. Il semblerait que les sociétés aient compris l'importance de mieux encadrer cette pratique, puisque 19 d'entre elles obtiennent un score satisfaisant de 2 ou 3 étoiles.

Sept sociétés (Alstom, BNP Paribas, Kering, Michelin, Orange, Renault, Société Générale) se distinguent cette année et obtiennent un score de 3 étoiles contre quatre sociétés (BNP Paribas, Kering, Michelin et Orange) lors de la campagne de 2021, en raison d'un niveau de transparence et d'une qualité globale de leurs réponses supérieure à celle des autres entreprises, même si des marges d'amélioration ont pu être identifiées sur le détail des actions menées et l'alignement avec les positions des fédérations professionnelles.

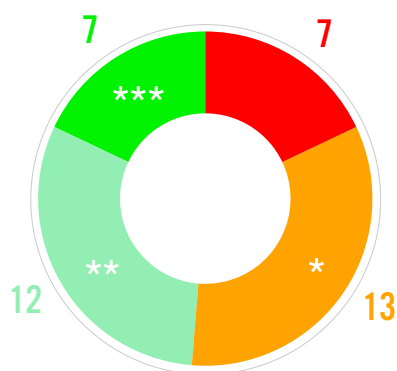
Les notes ont été attribuées selon les critères suivants :

0 étoile : absence de réponse ou réponse que nous avons qualifiée d'insuffisante (7 entreprises).

1 étoile : réponse à un seul des trois volets de la question, associée à un niveau réduit de commentaires (13 entreprises).

2 étoiles : 2 éléments de réponse (12 entreprises).

3 étoiles : 3 éléments de réponse (7 entreprises).



| | | | |
|-------------------|-----|---------------------------|-----|
| AIR LIQUIDE | * | ORANGE | *** |
| AIRBUS GROUP | | PERNOD RICARD | |
| ALSTOM | *** | PUBLICIS | * |
| ARCELORMITTAL | * | RENAULT | *** |
| AXA | * | SAFRAN | ** |
| BNP PARIBAS | *** | SAINT-GOBAIN | |
| BOUYGUES | * | SANOFI | ** |
| CAPGEMINI | | SCHNEIDER ELECTRIC | ** |
| CARREFOUR | ** | SOCIÉTÉ GÉNÉRALE | *** |
| CRÉDIT AGRICOLE | ** | STELLANTIS | * |
| DANONE | * | STMICROELECTRONICS | |
| DASSAULT SYSTÈMES | ** | TELEPERFORMANCE | |
| ENGIE | * | THALES | * |
| ESSILOR LUXOTTICA | ** | TOTALENERGIES | ** |
| HERMÈS | * | UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD | * |
| KERING | *** | VEOLIA | ** |
| L'ORÉAL | ** | VINCI | |
| LEGRAND | * | VIVENDI | * |
| LVMH | ** | WORLDLINE | ** |
| MICHELIN | *** | | |

QUESTION 10.

La loi sur le devoir de vigilance prévoit l'élaboration du plan de vigilance en association avec les parties prenantes de la société, notamment les partenaires sociaux. De plus, l'une des mesures de ce plan consiste en la mise en place d'un mécanisme d'alerte et de recueil des signalements relatifs à l'existence ou à la réalisation des risques, établi en concertation avec les organisations syndicales représentatives. Les organisations syndicales ont en effet une connaissance du terrain et la capacité d'alerter la société et de faire remonter des informations précieuses dans l'exercice du devoir de vigilance. Comment votre Groupe intègre-t-il ses partenaires sociaux – aux niveaux local et global – aux différentes étapes de l'élaboration, de l'évolution et de la mise en oeuvre de son plan de vigilance ? Quels moyens le Groupe leur apporte-t-il pour accomplir cette mission ? Comment les partenaires sociaux sont-ils associés au compte-rendu sur la mise en oeuvre effective de ce plan de vigilance ?

La loi sur le devoir de vigilance prévoit l'élaboration du plan de vigilance en association avec les parties prenantes de la société, notamment les partenaires sociaux. De plus, l'une des mesures de ce plan consiste en la mise en place d'un mécanisme d'alerte et de recueil des signalements relatifs à l'existence ou à la réalisation des risques, établi en concertation avec les organisations syndicales représentatives. Les organisations syndicales ont en effet une connaissance du terrain et la capacité d'alerter la société et de faire remonter des informations précieuses dans l'exercice du devoir de vigilance.

« Comment votre Groupe intègre-t-il ses partenaires sociaux – aux niveaux local et global – aux différentes étapes de l'élaboration, de l'évolution et de la mise en oeuvre de son plan de vigilance ? Quels moyens le Groupe leur apporte-t-il pour accomplir cette mission ? Comment les partenaires sociaux sont-ils associés au compte-rendu sur la mise en oeuvre effective de ce plan de vigilance ? »

Associer les partenaires sociaux à toutes les phases du plan de vigilance, une nécessité énoncée par la loi et revendiquée par les partenaires sociaux eux-mêmes

Les entreprises donneuses d'ordre couvertes par la loi française⁶⁷ sont responsables des activités conduites par

leurs filiales, leurs sous-traitants et leurs fournisseurs qui peuvent avoir un impact négatif sur les droits de travailleurs, les droits humains, l'environnement, ... Elles ont l'obligation d'établir un plan de vigilance, de le publier et de le mettre en oeuvre. Ces verbes sont des verbes d'action et non de simples bonnes intentions : l'analyse des réponses reçues – quand réponse il y a – témoigne d'un manque d'implication de la part des entreprises.

Contourner le sujet en évoquant de manière floue, le dialogue social, sans pleinement le mettre en oeuvre, n'est pas satisfaisant : les parties prenantes, et plus particulièrement les organisations syndicales, doivent être nécessairement associées à l'élaboration du plan de vigilance. Au plus près des travailleurs, parties constituantes des entreprises, ces acteurs ont, en plus de leur participation dans la mise en place des mécanismes d'alerte, un rôle essentiel à jouer, notamment dans l'identification des risques et l'évaluation de la mise en oeuvre du plan. Les entreprises ayant répondu avec trop de légèreté ne peuvent oublier que manquer à leurs obligations pourrait les exposer à des sanctions. Il reste donc, pour beaucoup, des progrès à faire, mais certains développements montrent qu'il est possible d'élaborer un plan de vigilance, avec sincérité et efficacité, en y impliquant activement toutes les parties prenantes.

67. Une société qui emploie « au moins cinq mille salariés en son sein et dans ses filiales directes ou indirectes dont le siège social est fixé sur le territoire français, ou au moins dix mille salariés en son sein et dans ses filiales directes ou indirectes dont le siège social est fixé sur le territoire français ou à l'étranger », article L.225-102-4 du code de commerce.

Pour les investisseurs responsables, le plan de vigilance des entreprises est un outil dont la crédibilité est renforcée par l'implication des partenaires sociaux dans son élaboration

Les investisseurs sont rarement directement assujettis à la Loi sur le Devoir de vigilance. En revanche, l'élaboration d'un plan de vigilance par les sociétés et le compte-rendu de sa mise en œuvre sont une clé essentielle pour leur permettre de gérer les risques liés à leurs investissements, *a fortiori* dans le cadre d'une stratégie d'investissement responsable.

L'implication des partenaires sociaux, et autres parties prenantes, doit être considérée comme un moyen d'améliorer les procédures de mise en œuvre du devoir de vigilance. Celui-ci permet aux investisseurs d'obtenir des informations plus précises sur les pratiques des entreprises, en bénéficiant d'une connaissance locale et de terrain. De surcroît, impliquer les partenaires sociaux dans l'élaboration du compte-rendu sur la mise en œuvre du plan de vigilance offre aux investisseurs l'opportunité de compléter la vision déclarative des politiques RSE (au sens large) et de gérer les risques financiers, juridiques et réputationnels potentiels. La réglementation européenne intègre dans ses principaux textes (SFDR, Taxonomie verte) des points de vigilance sur le respect de textes internationaux (Pacte mondial de l'ONU, Principes directeurs de l'OCDE à l'intention des entreprises multinationales) qui couvrent notamment des bonnes pratiques environnementale, sociale et de gouvernance. Aussi, les instances communautaires sont désormais très engagées dans le processus d'adoption d'un projet de directivesurledevoirdevigilance.Celui-cipourraitêtreadopté d'ici fin 2023 et s'appliquera donc également aux sociétés du CAC 40 dont le siège social n'est pas établi en France.

Une intégration des partenaires sociaux encore insuffisante. Des initiatives montrent cependant un début de dynamique

Les partenaires sociaux restent encore ignorés, trop souvent tenus à l'écart de l'établissement des plans de vigilance. Près d'un quart des groupes ayant répondu au questionnaire n'ont d'ailleurs, tout simplement, pas pris la peine de répondre expressément à la question de l'intégration des partenaires sociaux. Vanter l'évidente qualité de leur dialogue social leur semble suffisant. Quand réponse est donnée, l'analyse des termes utilisés pour qualifier la prise en compte des parties prenantes montre que celle-ci est souvent limitée. Il est question de présentations, les partenaires sociaux n'étant parfois qu'informés de la mise en place d'un dispositif, de rencontres, de discussions, sans toujours savoir quel est le périmètre concerné par ces échanges ...

Conscients de la légèreté de cette intégration, certains groupes manifestent leur volonté d'« *associer davantage [leurs] parties prenantes* ». C'est possible : le groupe Renault parle de concertation avec les syndicats sur l'établissement du dispositif d'alerte, tandis que le groupe Carrefour utilise le terme de co-construction quand il détaille l'élaboration du plan de vigilance et de la cartographie avec son Comité d'Information et de Concertation Européen (CICE). Schneider Electric précise que, pour ce qui concerne l'implication des syndicats, « *un premier pas a été fait* » et, qu'en 2022, « *il est prévu de commencer à échanger avec les organisations de certains pays afin de recueillir leur contribution en matière de cartographie, d'actions de mitigation, et d'alertes* ».

Cette dynamique et cette perspective à court terme sont à saluer et montrent qu'il ne suffit pas de se satisfaire d'un dialogue social prétendument bon et de dispositifs d'alerte mis à disposition des salariés. Intégrer les partenaires sociaux, c'est leur donner la possibilité, à tous les niveaux du groupe, d'examiner la mise en œuvre du plan de vigilance en y apportant leur expérience, leur connaissance de l'entreprise et des salariés. Nous pourrions prendre ici exemple sur Veolia qui explique que « *les partenaires sociaux, avec leurs experts, proposent des thématiques à approfondir en vue du futur plan stratégique* », ou sur Vinci, qui « *collabore et implique l'instance représentative la plus globale, à savoir le comité d'entreprise européen (CEE)* » ce qui permet de toucher 70 % des effectifs du groupe.

Les moyens mis à disposition des partenaires sociaux pour leur permettre de s'impliquer effectivement dans le plan de vigilance ne sont pas à la hauteur des enjeux

Pour ce qui concerne les moyens mis en œuvre pour le déploiement du plan de vigilance, la situation est tout aussi contrastée et confirme l'importance très variable accordée à ce plan et aux partenaires sociaux au sein des groupes. Les outils peuvent se déployer à plusieurs niveaux : le plus courant est un dispositif à l'image du « Danone Ethics Line », disponible en quinze langues, « *dans le cadre duquel les salariés, les fournisseurs et tout autre tiers peuvent, en toute confidentialité et, si nécessaire, de manière anonyme, faire part de leurs préoccupations concernant toute violation du Code de Conduite des Affaires, tout comportement illégal, toute mauvaise pratique financière et toute activité présentant un risque pour l'environnement ou les droits humains* ». Capgemini a dénommé le sien SpeakUp, tout comme L'Oréal qui précise que son mécanisme d'alerte est ouvert à tous les collaborateurs, partenaires sociaux, comme parties prenantes externes. Renault a lui aussi développé un mécanisme d'alerte, lequel s'accompagne de guides inclus dans les règlements intérieurs de ses sites qui

sont soumis à l'avis des instances représentatives du personnel.

Ces guides montrent que l'information et la formation constituent également des moyens clés pour mettre en place une véritable stratégie autour du devoir de vigilance. Hermès a, par exemple, déployé un module de formation en *e-learning* dédié à la prévention des agissements sexistes et des situations de harcèlement, obligatoire pour tous les représentants du personnel en France. Air Liquide a, de son côté, opté pour la formation des onze membres de sa Commission socio-économique et environnementale : ils ont bénéficié d'un cycle de formation aux enjeux extra-financiers, intégrant notamment le devoir de vigilance.

Bien qu'elles ne soient pas qualifiées de formations, nous pouvons aussi citer les sessions de discussion en groupe de travail organisées par Engie avec les fédérations syndicales mondiales et les organisations syndicales représentatives au niveau groupe. Elles sont censées « renforcer la vigilance et contribuer au dispositif d'alerte au niveau mondial ». TotalEnergies a, pour sa part, inscrit les membres de son comité européen à un atelier dédié aux objectifs de développement durable.

L'apport extérieur est aussi un moyen d'accompagner la mise en œuvre mais aussi le suivi d'un plan de vigilance. Orange travaille par exemple avec UNI Global Union, tandis qu'AXA précise que les partenaires sociaux mandatent chaque année le cabinet d'expertise Syndex « sur les éléments clés de [ses] reportings extra-financiers, par les partenaires sociaux qui émettent leur avis sur la base de l'analyse effectuée par l'équipe d'auditeurs. »

Cet inventaire appelle le constat suivant : les moyens déclarés par les groupes sont rares et disparates, en

En conclusion, nous pouvons affirmer que selon la taille et l'organisation des groupes, selon la qualité du dialogue social en leur sein, la contribution des partenaires sociaux au plan de vigilance est plus ou moins importante. Elle reste, néanmoins, très en-deçà des attentes du FIR et de ses membres. C'est regrettable, car les partenaires sociaux peuvent impulser des actions correctrices et apporter plus de crédibilité aux plans de vigilance publiés. La note

amont comme en aval de la mise en œuvre d'un plan de vigilance. Le FIR regrette cette réalité qui peut conduire le lecteur à douter de la sincérité des entreprises à rendre le devoir de vigilance effectif. Mettre en place une ligne d'alerte se montrera insuffisant dès lors qu'elle n'est pas accompagnée d'outils, de moyens accessibles garantissant le suivi des plans. Lancer une alerte est une bonne chose, encore faut-il qu'elle soit bien reçue, analysée et qu'elle conduise à des corrections de la part des entreprises.

Pour donner plus de crédit à leur plan de vigilance, les entreprises devraient être plus précises et plus concrètes quant à l'apport des partenaires sociaux dans le suivi de leur mise en œuvre

C'est ici que se pose la question de l'association des partenaires sociaux au compte-rendu relatif à la mise en œuvre du plan de vigilance. Le taux de réponses exploitables reçues par le FIR sur ce point s'élève à seulement 30 %, ce qui confirme les doutes exposés précédemment quant à l'implication réelle des entreprises dans cette thématique. L'analyse des réponses montre un traitement variable du plan de vigilance, en particulier lorsqu'il s'agit de les impliquer dans le compte-rendu de sa mise en œuvre. Différentes instances représentatives du personnel peuvent y être associées. Chez Air Liquide, c'est le Comité environnement et société, l'un des comités spécialisés du conseil d'administration, comprenant un administrateur salarié, qui supervise le déploiement du plan de vigilance. Sanofi a choisi, de son côté, de présenter le déploiement et le suivi du plan de vigilance aux organisations syndicales via un groupe de travail dédié mandaté par le Comité groupe. Le groupe Schneider Electric a, toujours à titre d'exemple, opté pour une présentation du plan de vigilance à l'European Work Council.

moyenne attribuée aux réponses qui ont été apportées reste faible (1,13 sur un maximum de 3). Mais, bien que la nature des questions ne soit pas complètement similaire à l'année dernière, on constate une légère progression des initiatives pour associer les partenaires sociaux au renforcement des préoccupations sociétales dans la chaîne de valeur des grands groupes.

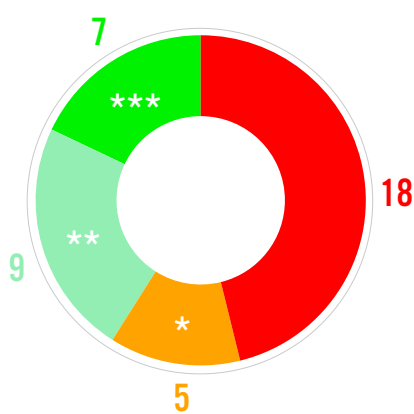
Les notes ont été attribuées selon les critères suivants :

0 étoile : soit l'entreprise ne répond pas spécifiquement à la question du FIR, soit sa réponse est très incomplète et/ou vague (18 entreprises).

1 étoile : le plan de vigilance est présenté aux partenaires sociaux et des échanges plus ou moins consistants sont engagés à cette occasion (5 entreprises).

2 étoiles : les partenaires sociaux sont, d'une manière ou d'une autre, impliqués dans l'élaboration du plan. Des éléments d'information précisent leur niveau d'implication et les instances ayant été associées. Des précisions permettent de comprendre les suites données aux échanges organisés avec les partenaires sociaux consécutivement à la mise en œuvre du plan (9 entreprises).

3 étoiles : les informations sont, dans l'ensemble, étoffées et relativement précises. Des informations montrent parfois la volonté d'aller plus loin (7 entreprises).



| | | | |
|-------------------|-----|---------------------------|-----|
| AIR LIQUIDE | ** | ORANGE | *** |
| AIRBUS GROUP | | PERNOD RICARD | |
| ALSTOM | | PUBLICIS | |
| ARCELORMITTAL | | RENAULT | ** |
| AXA | | SAFRAN | * |
| BNP PARIBAS | | SAINT-GOBAIN | |
| BOUYGUES | | SANOFI | *** |
| CAPGEMINI | * | SCHNEIDER ELECTRIC | ** |
| CARREFOUR | ** | SOCIÉTÉ GÉNÉRALE | *** |
| CRÉDIT AGRICOLE | * | STELLANTIS | |
| DANONE | ** | STMICROELECTRONICS | |
| DASSAULT SYSTÈMES | * | TELEPERFORMANCE | |
| ENGIE | *** | THALES | ** |
| ESSILOR LUXOTTICA | | TOTALENERGIES | *** |
| HERMÈS | * | UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD | |
| KERING | | VEOLIA | *** |
| L'ORÉAL | ** | VINCI | *** |
| LEGRAND | | VIVENDI | ** |
| LVMH | | WORLDLINE | |
| MICHELIN | ** | | |

ANNEXE I

PARTICIPANTS À LA CAMPAGNE DE QUESTIONS ÉCRITES

Nous tenions à remercier :

Justine Apollin – Forum pour l'Investissement Responsable (FIR)

Bénédicte Bazi – Edmond de Rothschild Asset Management

Raphaëlle Bertholon – CFE-CGC

Grégoire Cousté – Forum pour l'Investissement Responsable (FIR)

Martial Cozette – Centre Français d'Information sur les Entreprises (CFIE)

Alice de la Morinière – UBP Asset Management

Alix Ditisheim – Phitrust

Julien Foll – Amundi

Paul Guguen – Ircantec

Caroline Le Meaux – Amundi, Présidente de la commission « Dialogue et Engagement » du FIR

Martine Léonard – Société française des analystes financiers (SFAF)

Marie Marchais – Forum pour l'Investissement Responsable (FIR)

François Nolleau – Ircantec

Benoît Ostertag – CFDT

Thiên-Minh Polodna – Forum pour l'Investissement Responsable (FIR)

Alice Pittet – Ircantec

Simona Rizzuto – ODDO BHF Asset Management

Anouk Rouanet – Crédit Mutuel

Alix Roy – Ecofi

Juliette Simonetto – Institut National de l'Économie Circulaire (INEC)

Deborah Slama Yomtob – Amundi

Joyce Stevenson – Mandarine Gestion

Liudmila Strakodonskaya – AXA IM

Lola Vernerey – Ircantec

Diane Vignalou – Ethifinance

Philippe Vigneron – CFDT

Cesare Vitali – Ecofi

ANNEXE II : COMPARAISON DES RÉSULTATS ENTRE 2022, 2021 ET 2020⁶⁸

| Noms des entreprises | Notes 2022 | Notes 2021 | Notes 2020 | Note 2022/2020 |
|---------------------------|------------|------------|------------|----------------|
| AIR LIQUIDE | 1,3 | 1,38 | 1,25 | 0,05 |
| AIRBUS GROUP | 0,5 | 0,62 | 0,25 | 0,25 |
| ALSTOM | 1,2 | 1,00 | na | na |
| ARCELORMITTAL | 0,8 | 0,62 | 0,33 | 0,47 |
| AXA | 1,2 | 1,46 | 1,25 | -0,05 |
| BNP PARIBAS | 1,9 | 1,92 | 1,58 | 0,32 |
| BOUYGUES | 0,9 | 0,77 | 1,00 | -0,10 |
| CAPGEMINI | 1,1 | 0,85 | 1,08 | 0,02 |
| CARREFOUR | 1,6 | 1,23 | 1,33 | 0,27 |
| CRÉDIT AGRICOLE | 1,2 | 1,62 | 1,58 | -0,38 |
| DANONE | 1,9 | 1,31 | 1,42 | 0,48 |
| DASSAULT SYSTÈMES | 1,5 | 1,15 | 1,33 | 0,17 |
| ENGIE | 1,3 | 1,54 | 1,00 | 0,30 |
| ESSILOR LUXOTTICA | 1 | 1,15 | 0,33 | 0,67 |
| HERMÈS | 1 | 1,00 | 0,50 | 0,50 |
| KERING | 1,9 | 1,85 | 1,08 | 0,82 |
| L'ORÉAL | 1,9 | 1,15 | 0,92 | 0,98 |
| LEGRAND | 0,9 | 1,46 | 0,92 | -0,02 |
| LVMH | 1 | 1,31 | 0,92 | 0,08 |
| MICHELIN | 2 | 1,92 | 1,58 | 0,42 |
| ORANGE | 2,1 | 2,00 | 1,67 | 0,43 |
| PERNOD RICARD | 0,7 | 0,69 | 0,67 | 0,03 |
| PUBLICIS | 0,9 | 0,69 | 0,75 | 0,15 |
| RENAULT | 1,9 | 1,54 | 0,92 | 0,98 |
| SAFRAN | 1,6 | 1,69 | 1,25 | 0,35 |
| SAINT-GOBAIN | 0,8 | 1,15 | 1,25 | -0,45 |
| SANOFI | 1,4 | 1,62 | 1,25 | 0,15 |
| SCHNEIDER ELECTRIC | 1,9 | 1,77 | 1,75 | 0,15 |
| SOCIÉTÉ GÉNÉRALE | 1,6 | 1,46 | 0,83 | 0,77 |
| STELLANTIS | 1 | 0,85 | 1,17 | -0,17 |
| STMICROELECTRONICS | 0,6 | 0,69 | 0,50 | 0,10 |
| TELEPERFORMANCE | 0,7 | 0,77 | 0,67 | 0,03 |
| THALES | 1,3 | 1,31 | 0,83 | 0,47 |
| TOTALENERGIES | 2,1 | 1,92 | 1,25 | 0,85 |
| UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD | 1,1 | 1,31 | 1,08 | 0,02 |
| VEOLIA | 1,9 | 1,62 | 0,92 | 0,98 |
| VINCI | 1,4 | 0,77 | 1,17 | 0,23 |
| VIVENDI | 1 | 0,85 | 0,58 | 0,42 |
| WORLDLINE | 1,6 | 1,31 | 1,17 | 0,43 |

68. Comparaison ici des scores globaux 2022/2021/2020 avec l'ensemble des questions pour chaque année.

ANNEXE III : ÉVOLUTION DES NOTES MOYENNES PAR QUESTION ENTRE 2022 ET 2020⁶⁹

| Notes moyennes par question | | | | |
|-----------------------------|------|------|------|---|
| Question 2022 | 2022 | 2021 | 2020 | Évolution de la moyenne par question entre 2020 et 2022 |
| 1 | 1,82 | 1,49 | 1,46 | 0,36 |
| 2 | 1,26 | 1,28 | 0,87 | 0,39 |
| 3 | 1,77 | 1,69 | | |
| 4 | 1,92 | 1,10 | 1,03 | 0,89 |
| 5 | 1,49 | 1,33 | 0,92 | 0,57 |
| 6 | 0,90 | 0,82 | 0,84 | 0,06 |
| 7 | 1,00 | 1,28 | 1,08 | - 0,08 |
| 8 | 0,62 | 0,82 | 0,79 | - 0,17 |
| 9 | 1,49 | 1,31 | | |
| 10 | 1,13 | 0,64 | 0,37 | 0,76 |

ANNEXE IV : QUESTIONS ÉCRITES 2022/2021/2020

| | 2022 | 2021 | 2020 |
|----|---|---|--|
| Q1 | Vous êtes-vous engagés explicitement à aligner vos revenus et vos investissements (CAPEX / OPEX / R&D / fusions-acquisitions, ...) avec l'objectif de l'Accord de Paris qui vise un réchauffement limité à 1,5 °C ? Comment vous assurez-vous que ces revenus et investissements respectent cet objectif (merci de décrire les méthodologies utilisées) ? Quels sont les principaux plans d'actions et, le cas échéant, les montants d'investissement associés mis en place pour atteindre cet objectif à horizon court, moyen et long termes ? | Pour être en ligne avec l'Accord de Paris, quels sont les montants de CAPEX à horizon 2025 ? Comment ces CAPEX seront répartis sur l'ensemble de la chaîne de valeur entre CAPEX de maintenance et CAPEX de croissance ? Quelle est la répartition géographique ? | Comment vos Capex / plans de développements sont-ils alignés avec un scénario climatique compatible avec l'accord de Paris ? (question 2) |
| Q2 | Quel est le pourcentage de vos activités (exprimé en chiffre d'affaires, revenu net bancaire, ...) qui dépend directement de la biodiversité ? Quelles sont vos dépenses en faveur de la biodiversité ? | Comment limitez-vous l'impact de la perte de biodiversité sur vos revenus futurs ? | Comment analysez-vous l'impact de vos activités sur les écosystèmes mondiaux et locaux (par exemple, la biodiversité) ? Quels sont vos 5 principaux impacts sur ceux-ci (positifs et négatifs) ? (question 3) |
| Q3 | Listez les ressources naturelles stratégiques nécessaires à l'exercice de votre activité et/ou à celle de vos clients (eau, énergie, matériaux, etc.) ? Comment évaluez-vous et calculez-vous l'impact de la raréfaction de ces ressources sur vos modèles économiques ? Quelles actions mettez-vous en place pour lutter contre les difficultés d'approvisionnement et saisir les opportunités de développement de « modèles d'affaires circulaires » ? Quels sont vos objectifs en la matière ? | Comment anticipez-vous la raréfaction de certaines ressources naturelles et les difficultés d'approvisionnement de vos ressources stratégiques ? En quoi cela affecte-t-il vos modèles économiques et comment sécurisez-vous vos filières d'approvisionnement ? | |
| Q4 | Quelle est la proportion de vos mandataires sociaux et de vos salarié.e.s (répartis par typologie) concernés par l'intégration de critères environnementaux et sociaux (E&S) dans la détermination de leur rémunération variable (bonus, rémunération de long terme, intéressement, ...) ? Quels organes de gouvernance sont chargés du choix et de la validation de ces critères E&S ? Comment s'assurent-ils que ces critères sont à la fois pertinents, suffisamment incitatifs et corrélés aux objectifs à atteindre pour mener à bien la stratégie environnementale et sociale du groupe ? (Merci de préciser les critères extra-financiers retenus pour les mandataires sociaux et pour les salarié.e.s). | Dans le cadre des formules des accords d'intéressement dont bénéficient vos salarié.e.s en France, prenez-vous en compte des critères environnementaux et sociaux ? Si oui : - quels sont ces critères ? Ont-ils évolués depuis le 1 ^{er} avril 2020 ? - Quelle est la proportion de ces critères dans la formule d'intéressement ? A-t-elle évolué depuis un an ? - Quelle est la part des salarié.es concernés ? | Dans le cadre des formules des accords d'intéressement dont bénéficient vos salarié.e.s en France, prenez-vous en compte des critères environnementaux et sociaux ? Si oui, comment et dans quelle position ? |

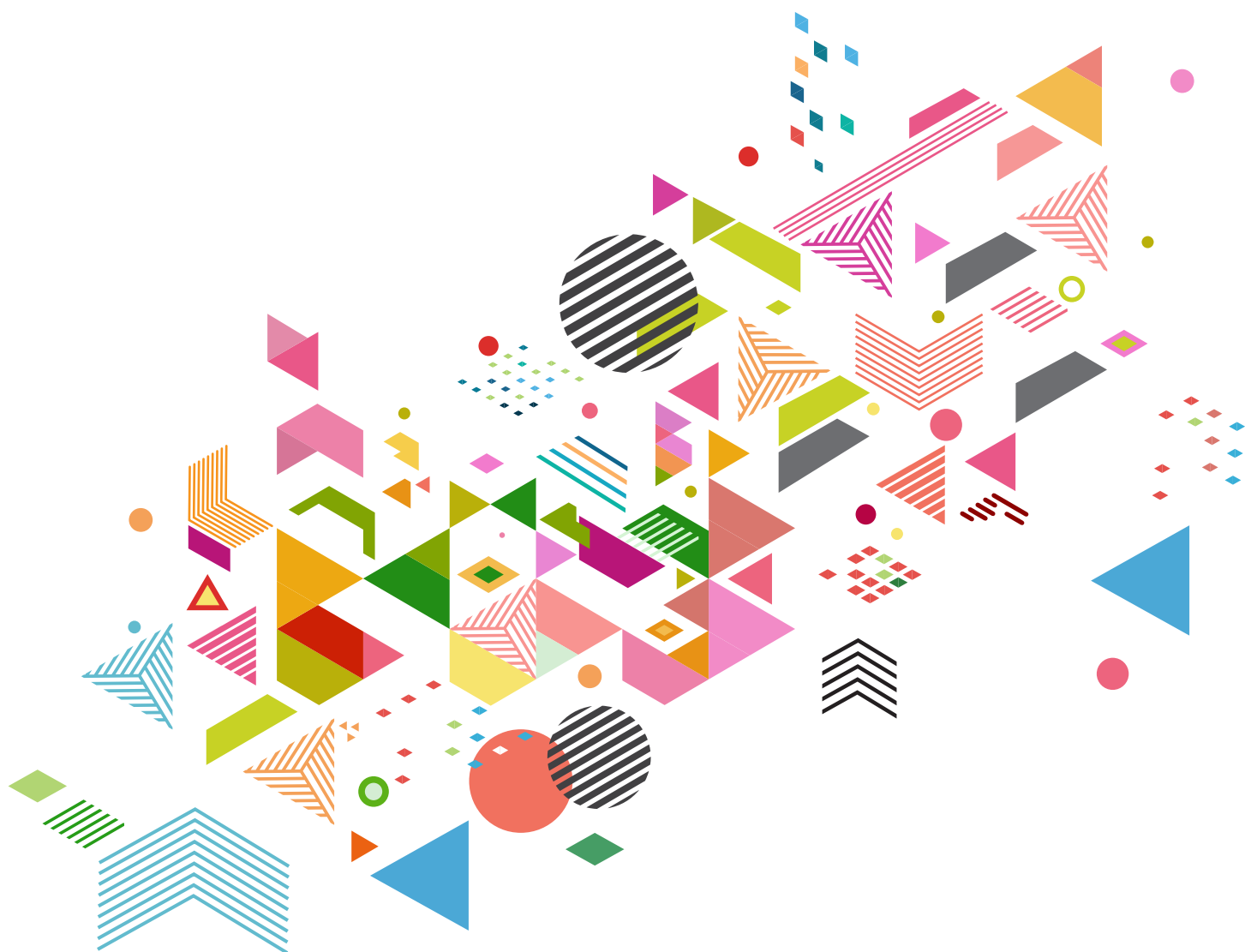
⁶⁹ Sur le périmètre d'entreprises présentes dans le CAC 40 de 2020 à 2022 soit 38 entreprises.

| | 2022 | 2021 | 2020 |
|-----|--|--|---|
| Q5 | Quels enseignements tirez-vous des nouveaux modes d'organisation du travail liés à la pandémie du COVID-19 (travail à distance, digitalisation des modes de communication, flexibilité accrue, ...) mis en place dans votre entreprise en termes d'impacts sur les conditions de travail ? Comment votre stratégie de Ressources Humaines intègre-t-elle aujourd'hui ces nouveaux modes d'organisation ? Quel dialogue social a été mené sur le sujet (accords, réflexion partagée sur l'avenir du travail, ...), et ce dans l'ensemble de vos métiers et zones d'implantation ? | Comment gérez-vous, au niveau du groupe, les impacts sociaux associés au développement massif du télétravail depuis le début de la pandémie ? Notamment en termes de gestion des risques psychosociaux, de participation aux frais, d'enquête de satisfaction des salarié.e.s, d'inversion du choix des salarié.e.s, de part des salarié.e.s en télétravail, etc. | Comment votre société prépare-t-elle ses salarié.e.s aux transitions du XXI ^e siècle qui bouleversent votre industrie ? |
| Q6 | De manière à pouvoir évaluer l'évolution d'une année sur l'autre, nous reposons la question posée en 2021 pour laquelle les réponses n'ont pas atteint un niveau estimé satisfaisant. Avez-vous une définition du « salaire décent » ne se limitant pas au salaire minimum légal local ? Si oui laquelle ? Comment votre société s'assure-t-elle que ses salarié.e.s, mais aussi les salarié.e.s de ses fournisseurs, bénéficient d'un salaire décent ? | Avez-vous une définition du « salaire décent » ne se limitant pas au salaire minimum légal local ? Si oui laquelle ? Comment votre société s'assure-t-elle que ses salarié.e.s, mais aussi les salarié.e.s de ses fournisseurs, bénéficient d'un salaire décent ? | Avez-vous une définition du « salaire décent » ne se limitant pas au salaire minimum légal local ? Si oui laquelle ? Comment votre société garantit-elle à ses salarié.e.s un salaire décent, notamment dans ses principaux pays d'implantation ? |
| Q7 | Périmètre France : en dehors des investissements en titres de votre entreprise, quelle part des fonds d'épargne salariale proposés à vos salarié.e.s est labellisée responsable (labels ISR, Greenfin, CIES ou Finansol) ? Comment expliquez-vous le maintien de fonds non responsables en l'absence de différence de rentabilité et alors que la Place de Paris est leader sur le sujet ? Dans vos autres pays d'implantation : vos dispositifs d'épargne à l'intention de vos collaborateurs (retraite ou autres) intègrent-ils également des critères ESG ? Comment le conseil d'administration ou de surveillance encourage-t-il la souscription de ces types de fonds d'épargne salariale ? | Dans le cadre de l'épargne salariale, quels sont les fonds bénéficiant effectivement d'un label responsable (CIES, Finansol, Greenfin, ISR) ? Pour chaque fonds proposé, quel est le nom du ou des labels, quelle est sa part en pourcentage de l'encours d'épargne salariale, à quelle proportion des salarié.e.s est-il proposé ? Par ailleurs, quelle est la part des salarié.e.s du groupe, en France et à l'étranger, ayant accès à d'autres formes d'épargne souscrite sur un plan professionnel, notamment en matière de retraite ? Quelle proportion des actifs correspondant à cette épargne est gérée de façon socialement responsable et dispose de « signes de qualité » ? Lesquels ? (question 8) | Dans le cadre de l'épargne salariale, quelle est la part des fonds qui bénéficient d'un label responsable (CIES, Finansol, Greenfin, ISR) ? (question 8) |
| Q8 | Publiez-vous une charte détaillant vos engagements en matière de responsabilité fiscale ? Si oui, comment cette responsabilité fiscale s'intègre-t-elle plus largement au sein de votre responsabilité sociale ? Le conseil revoit-il et approuve-t-il cette charte ? Rendez-vous compte annuellement de l'application des principes de cette charte au travers d'un rapport de responsabilité fiscale ? Ce rapport détaille-t-il les impôts payés pays par pays ? | Appliquez-vous pour votre reporting fiscal public le standard GRI 207 ? Si oui : ce reporting porte-t-il sur tous les éléments indiqués dans ce standard et si non, quels éléments avez-vous choisis de ne pas publier et pourquoi ? Si vous n'utilisez pas ce standard : quelles en sont les raisons et envisagez-vous de l'appliquer à échéance proche (1 à 2 ans) ? Quelles autres mesures avez-vous ou envisagez-vous de mettre en œuvre pour répondre à la demande croissante de transparence fiscale de la part de vos parties prenantes ? (question 9) | La répartition des impôts pays par pays est-elle débattue par le conseil d'administration dans son ensemble et/ou au sein du comité d'audit ? Pensez-vous en rendre les résultats publics ? (question 9) |
| Q9 | Publiez-vous une charte de lobbying responsable ? Êtes-vous membre d'associations professionnelles dont certaines positions sont controversées au regard de l'intérêt général ? Si oui, quelles actions menez-vous pour réorienter les positions de ces associations ? Quels moyens (humains et financiers) consolidés (i.e. sur l'ensemble de votre périmètre géographique) allouez-vous à la représentation d'intérêt ? | Comment vos pratiques de lobbying sont-elles formalisées et comment s'intègrent-elles dans la stratégie RSE de votre groupe ? Pouvez-vous décrire la chaîne de responsabilité de votre société en matière de lobbying ou de relations institutionnelles ? Dans quels cas, l'organe de contrôle de votre groupe (conseil d'administration, conseil de surveillance) peut-il ou doit-il être saisi ? Quels éléments se rapportant à vos pratiques de lobbying publiez-vous (positions publiques, budgets alloués, ...), et ce pour chacun de vos marchés mondiaux ? (question 12) | |
| Q10 | Comment votre Groupe intègre-t-il ses partenaires sociaux – aux niveaux local et global – aux différentes étapes de l'élaboration, de l'évolution et de la mise en œuvre de son plan de vigilance ? Quels moyens le Groupe leur apporte-t-il pour accomplir cette mission ? Comment les partenaires sociaux sont-ils associés au compte-rendu sur la mise en œuvre effective de ce plan de vigilance ? | Comment concrètement associez-vous les partenaires sociaux, au niveau du groupe et localement, pour engager votre entreprise dans une transition juste ? Entendez-vous publier leur avis concernant votre plan de vigilance ? Entendez-vous publier leur avis à propos de votre document de performance extra-financière ? (question 13) | Entendez-vous publier l'avis des partenaires sociaux sur la Déclaration de Performance Extra-Financière de votre groupe ? (question 12) |

Annexe IV : Questions écrites 2022/2021/2020

NOTES





FIR FORUM POUR
L'INVESTISSEMENT
RESPONSABLE

www.frenchsif.org

e-mail : contact@frenchsif.org - Tel. : +33 (0)1 40 36 61 58

