MONOGRAPHIES - JUILLET 2021

LES ETI, ENGAGÉES PAR NATURE

meti
MOUVEMENT DES ENTREPRISES DE TAILLE INTERMÉDIAIRE
LES ENTREPRISES DE LONG TERME

eti

Equanity
BUILD SOLIDARITY

ÉDITO

LA NATURE PROFONDÉMENT ENGAGÉE DES ETI MISE EN LUMIÈRE PAR LES DÉFIS DE LA CRISE SANITAIRE

En superposant des enjeux sanitaires, économiques, sociaux, climatiques, environnementaux, la crise que nous traversons a redéfini le sens des priorités et accéléré des tendances qui progressaient déjà de façon rapide au sein de la société, au premier rang desquelles l'engagement sociétal et environnemental des entreprises.

Pouvoirs publics, citoyens, acteurs économiques ont pris conscience de la nécessité de prendre en compte l'ensemble de ces problématiques et de les traiter de concert pour répondre aux défis du monde de demain. Désormais, l'impact social, sociétal et environnemental des activités économiques se révèle de plus en plus dans les priorités stratégiques des entreprises. L'engagement sociétal est devenu un impératif économique.

Les entreprises de taille intermédiaire (ETI) ont su prendre ce virage bien en amont de la crise, sous des formes spécifiques dont on observe aujourd'hui la pertinence et la capacité de « résilience » face aux bouleversements en cours. S'appuyant sur une vision de long terme, sur des stratégies d'investissement et d'innovation audacieuses, sur une interconnexion étroite avec leurs territoires et un fort engagement dans des relations humaines avec leurs collaborateurs, les ETI ont depuis longtemps placé l'impact positif, qu'il soit ainsi nommé ou non, au cœur de leur réacteur. La crise a joué en ce sens un rôle de révélateur et d'accélérateur. Elle a renforcé encore la robustesse de leurs engagements.

Parce que nous croyons au lien indéfectible qui existe entre le capitalisme patient des ETI et leur responsabilité sociétale et environnementale, nous avons constitué depuis

plusieurs mois déjà au sein du METI une « task force » pour mettre en lumière les stratégies d'engagement spécifiques des ETI. Nous étions convaincus, en lançant cette étude, que des initiatives inspirantes et de « belles histoires » pourraient être mises en avant, alors même que les ETI communiquent encore peu sur leurs réalisations en matière d'engagement.

C'est pour nous une réelle fierté que de révéler, au travers de ce rapport, la nature, la forme et l'impact des engagements des ETI : en faveur du bien-être des collaborateurs, de la mise en place d'actions structurantes pour le développement durable, de la recherche de meilleures pratiques d'inclusion, de la pérennité des relations avec leurs parties prenantes, de la solidarité à l'égard de ceux qui sont en difficulté. Non seulement les ETI investissent tous les domaines de l'engagement, mais elles le font dans une forme d'évidence, suivant des modes d'action collaboratifs, pérennes et efficaces.

L'objectif ici n'est pas l'exhaustivité mais bien de mettre un coup de projecteur sur une force et un atout majeur de nos entreprises : leur engagement !



SYLVIE GRANDJEAN
DIRECTRICE GÉNÉRALE DE REDEX



SÉBASTIEN HOURS
PRÉSIDENT DU CONSEIL DE SURVEILLANCE DU GROUPE KERIA



JEAN-THOMAS SCHMITT
DIRECTEUR GÉNÉRAL D'HEPPNER

RÉSUMÉ DE L'ÉTUDE



Présentant un panorama élargi et détaillé des formes multiples que prennent les engagements des ETI, cette étude s'attache à révéler le terreau extrêmement fertile dans lequel ces dernières sont ancrées : grâce aux valeurs, à l'histoire et aux territoires qui les façonnent, les ETI dessinent des modèles d'engagement singuliers au bénéfice de l'amélioration de la société tout entière.

Souvent moins visible parce que moins affichée qu'ailleurs, la Responsabilité Sociale et Environnementale (RSE) des ETI n'est pas moins réelle et irrigue leur stratégie, au même titre que l'internationalisation ou l'innovation.

94,5%
DES ETI SONT ENGAGÉES SUR LES PLANS SOCIAL, SOCIÉTAL ET ENVIRONNEMENTAL

65%
DES ETI MESURENT LA PROGRESSION DE LEURS ENGAGEMENTS

73%
DES DIRIGEANTS D'ETI CONSIDÈRENT QUE LA VISION DE LONG TERME PROPRE À LEURS ENTREPRISES RENFORCE LEUR CAPACITÉ À S'ENGAGER

Pour mettre en lumière cette caractéristique des ETI, nous avons constitué une « task force » destinée à orienter les travaux du METI sur la question. Dans ce cadre, nous avons réalisé une enquête quantitative auprès d'une base de 1000 ETI et des Clubs ETI régionaux, ainsi que des entretiens qualitatifs auprès de dirigeantes et dirigeants répartis sur l'ensemble du territoire.

De cette étude, conduite entre les mois de mars et de mai 2021, il ressort les grandes conclusions suivantes.

1. LES ETI SONT LARGEMENT ENGAGÉES

2 ETI sur 3 s'engagent pour respecter des normes sociales et environnementales
1 ETI sur 2 s'engage pour faire vivre les valeurs de l'entreprise
1 ETI sur 2 s'engage pour attirer les talents
1 ETI sur 3 s'engage pour répondre aux attentes des collaborateurs

> « Se lancer dans une démarche RSE de façon sincère n'est pas un long fleuve tranquille, et sans moteur particulier, elle est compliquée à mettre en œuvre. »
> **LAURENCE PAGANINI,** DIRECTRICE GÉNÉRALE DE KAPORAL

2. CINQ GRANDS CHAMPS D'ACTION STRUCTURANTS POUR L'ENGAGEMENT DES ETI

• Les collaborateurs, premier investissement des ETI

Le bien-être des collaborateurs est le premier poste d'engagement pour les ETI : **80%** se considèrent engagées ou très engagées en la matière, en particulier sur la prévention en matière de sécurité, la santé et l'ergonomie au travail, la formation continue et l'intéressement aux résultats.

• Les ETI et l'engagement environnemental, une longueur d'avance

L'environnement est le second poste d'engagement pour les ETI : **au moins 1 dirigeant d'ETI sur 2** se considère engagé ou très engagé en la matière. Les domaines ayant le plus progressé au cours des trois dernières années sont le recyclage des déchets et les économies d'énergie.

• Inclusion et diversité : croire en chaque talent, le credo des ETI
L'inclusion et la diversité sont le troisième poste d'engagement pour les ETI : **52,3%** des ETI se considèrent engagées ou très engagées en la matière. C'est principalement sur l'embauche d'alternants, l'égalité hommes-femmes, la diversité dans le recrutement et les postes adaptés pour les personnes en situation de handicap que se portent les efforts des ETI.

• La chaîne économique : un levier d'engagement et d'ancrage territorial pour les ETI
La durabilité de la chaîne économique est le quatrième poste d'engagement pour les ETI : **50,4%** des ETI se considèrent engagées ou très engagées en la matière. En renforçant leurs relations fournisseurs de longue durée et en développant leur production « Made in France » ou « Made in Europe », les ETI agissent concrètement pour accompagner leurs parties prenantes externes.

• Le mécénat des ETI : une proximité en faveur de la cohésion sociale et territoriale
Le mécénat arrive en cinquième position des engagements des ETI : **28,4%** se considèrent engagées ou très engagées en la matière. Le soutien de projets sociaux, culturels, éducatifs, de santé ou environnementaux concentrent la majorité des engagements des ETI mécènes. Par ailleurs, **plus d'une ETI sur 4** a renforcé son niveau de sponsoring sur les trois dernières années.

3. LES TROIS LABELS PRIVILÉGIÉS PAR LES ETI POUR MESURER LEURS ENGAGEMENTS

Près de 60% des ETI adoptent des labels et des chartes pour mesurer leur progression sur le sujet, et notamment :
- **La norme ISO 14 001 :** 48,5%
- **EcoVadis :** 39,7
- **The Global Compact :** 23,5%

> « En matière d'engagement [...], il est essentiel d'être proactif, de structurer la démarche et de ne pas hésiter à s'engager dans des processus de certifications. »
> **JEAN-THOMAS SCHMITT,** DIRECTEUR GÉNÉRAL D'HEPPNER

4. DE FORTES RETOMBÉES POSITIVES AUX ENGAGEMENTS PRIS PAR LES ETI

Pour **73,4%** des dirigeants interrogés, la mise en place de dispositifs d'engagement a eu un impact positif et mesurable, prioritairement sur l'implication des collaborateurs (76,5%), l'amélioration de l'image de marque de l'entreprise (56,8%), le recrutement des jeunes talents (49,4%) et enfin l'amélioration de la performance économique de l'entreprise (39,5%).

> « Les ETI co-écrivent leur histoire avec les acteurs locaux à travers des partenariats et une implication forte. C'est un cercle vertueux où tout le monde gagne à participer [...] »
> **XAVIER GUICHARD,** DIRECTEUR GÉNÉRAL DU GROUPE MANUTAN

5. UNE COMMUNICATION AUTOUR DES ENGAGEMENTS À DAVANTAGE DÉVELOPPER

Moins de 10% des ETI font de leurs engagements un enjeu de communication.
C'est d'ailleurs un axe d'amélioration puisque **80%** des dirigeants interrogés reconnaissent qu'il leur faudrait davantage communiquer sur les engagements de l'entreprise.

6. DES CARACTÉRISTIQUES PROPRES AUX FORMES D'ENGAGEMENTS DES ETI

Pour **75%** des dirigeants d'ETI, il existe une spécificité dans la façon dont elles s'engagent, en particulier dans la dimension territoriale et locale des actions mises en œuvre, et dans l'importance de la dimension familiale sur le choix des engagements.

> « Derrière chaque engagement [...], il y a la volonté forte de créer un vécu commun pour souder les équipes d'une part et accompagner les projets de notre territoire d'autre part. »
> **CLÉMENT QUÉGUINER,** PRÉSIDENT DU GROUPE QUÉGUINER

7. L'AVENIR DES ENGAGEMENTS DES ETI TOURNÉ VERS L'ENVIRONNEMENT ET LE DÉVELOPPEMENT DE LEURS COLLABORATEURS

Concernant les perspectives prioritaires d'engagement à 3 ans, **57%** des ETI interrogées souhaitent en faire plus pour la transition écologique et **43%** souhaitent investir dans la formation continue pour s'adapter aux évolutions à venir.



JEAN-LOUIS PECH
PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL



CATHERINE MALLET
DIRECTRICE GÉNÉRALE DÉLÉGUÉE

> L'ENTREPRISE EST UN COMBAT COLLECTIF PORTÉ PAR UNE VISION DE PROGRÈS, QUI CONTRIBUE POSITIVEMENT AU MONDE ”

—Quelle est la valeur phare du groupe ACTIA ?
Faire de notre implication territoriale le moteur d'une amélioration continue au service d'un développement durable, en s'appuyant, en particulier, sur les formidables initiatives de nos collaborateurs pour déployer une diversité d'actions.

—Quelle est votre vision de l'engagement ?
Le cœur de métier du groupe ACTIA, en tant que concepteur, fabriquant et exploitant de composants électroniques, est naturellement engagé sur la mobilité. L'électronique est au service de l'humanité et permet de limiter les impacts environnementaux. En tant qu'industriel, nous luttons chaque jour pour ne pas externaliser à moindre coût notre production : aujourd'hui, une entreprise doit s'engager. Cette implication doit être issue de tout le groupe, acteur de ses territoires, où chacun amène sa pierre à l'édifice, dans le respect des différences, et contribue au bien commun. Ce sont là nos valeurs fondatrices qui s'expriment : la reconnaissance de la diversité et le respect d'autrui.

—Quel est le moteur d'ACTIA pour avancer en matière d'engagement ?
Le groupe ACTIA a une vision globale de ce que l'on pourrait considérer comme du « patriotisme industriel » : à la fois occitan, toulousain, européen et citoyen du monde. Jouer en équipe dans le respect de chacun, en interne comme en externe, est une composante essentielle de l'esprit d'entreprise et de l'esprit d'entreprendre du groupe.

—Pourquoi, selon vous, peut-on dire des ETI qu'elles sont « engagées par nature » ?
Les ETI ont une relation « charnelle » avec leur territoire, elles y sont ancrées, elles le respectent et contribuent activement à son développement. Cet engagement, propre aux ETI, se reflète dans chacune des parties prenantes.

LE GROUPE ACTIA EN QUELQUES CHIFFRES

1986	438,6 M€	3 720
DATE DE CRÉATION	CHIFFRE D'AFFAIRES (2019)	NOMBRE DE COLLABORATEURS

AU CŒUR DE L'ENGAGEMENT DU GROUPE ACTIA : L'ENVIRONNEMENT

PRISE EN COMPTE GLOBALE DE L'ENVIRONNEMENT

- Premier rapport environnemental réalisé en **2001**
- Objectif : s'améliorer progressivement mais en continu pour garder des marges de manœuvre dans la production
- Bilan : diminution de **13%** de la consommation énergétique en 2020 avec CA à -15,7% (2019 : baisse de 3,6% avec CA + 9,2%)

> Poursuivre son développement au service d'une humanité plus connectée, plus respectueuse de l'environnement et bénéficiant d'une mobilité durable et responsable ”
> JEAN-LOUIS PECH ET CATHERINE MALLET

L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE PRIVILÉGIÉE

- Mise en place d'une politique proactive dans la gestion des déchets qui sont recyclés, valorisés ou traités
- Certification **ISO 14001** sur 7 sites du groupe ACTIA

RECONNU ET PRIMÉ PAR L'INDEX GAÏA

- Le groupe ACTIA a vu son engagement en matière de développement durable récompensé, en intégrant, depuis 2014, l'Index Gaïa à la **47ème** place du classement global (sur 230 sociétés)

> Cet index a permis au Groupe de s'améliorer et de souligner l'importance et le respect de l'engagement pris par ACTIA vis-à-vis de sa communauté ”
> JEAN-LOUIS PECH ET CATHERINE MALLET

OBJECTIF 2022 Atteindre un objectif « énergie 100% renouvelable » sur la majorité des sites français

LE GROUPE ACTIA ET SES ENGAGEMENTS PLURIELS

1 DURABILITÉ DANS LA CHAÎNE ÉCONOMIQUE

- Bascule progressive sur de l'énergie renouvelable produite dans tous les pays où ACTIA est présente
- Appui sur les centres de compétence dans des domaines spécifiques pour accompagner l'innovation et la Recherche & Développement
- Partenariats locaux avec les centres universitaires, dont **6** Grandes Ecoles en France, et participation active dans les clusters spécialisés

1 OBJECTIF 2022
Laisser s'exprimer les performances locales tout en favorisant la dynamique de groupe

2 MÉCÉNAT

- Sollicitation des collaborateurs pour choisir les associations qui vont être soutenues en lien avec l'inclusion, le handicap et l'éducation

2 OBJECTIF 2022
Favoriser le microcosme local pour faire du mécénat de proximité, en lien avec les valeurs du groupe

3 LE BIEN-ÊTRE ET L'INCLUSION DES COLLABORATEURS

- Politique volontariste pour renforcer l'égalité entre femmes et hommes notamment en termes de rémunération, de formation et de promotion
- Mise en œuvre d'**actions de sensibilisation et d'acceptation du handicap** auprès des collaborateurs dans le cadre de la culture de bienveillance d'ACTIA

3 OBJECTIF 2022
Promouvoir l'outil de formation ACTIA Academy, conçu en Tunisie, à l'échelle du groupe, développer l'apprentissage et l'accès à l'emploi des jeunes diplômés



HUBERT DE BOISREDON
PRÉSIDENT DIRECTEUR GÉNÉRAL

« IL Y A 15 ANS, NOUS AVONS FAIT LE PARI DE METTRE LE DÉVELOPPEMENT DURABLE AU CŒUR DE LA STRATÉGIE D'ARMOR »

—Quelle est la valeur phare d'ARMOR ?
Investir dans la formation des opérateurs de production pour leur permettre de devenir pilotes de machines robotisées, plutôt que de les remplacer. Nous avons pour cela créé l'Université d'ARMOR.

— Quelle est votre vision de l'engagement ?
Mon parcours professionnel m'a aussi bien amené à découvrir le secteur du microcrédit au Chili que celui des industries chimiques polluantes au début des années 2000. De ces deux extrêmes a émergé une conviction personnelle : les entreprises ont un rôle sociétal à jouer, au-delà de leur seule activité économique. Mon ambition pour ARMOR est donc de mettre sa technologie de pointe au service des enjeux de la société, que ce soit pour accélérer la transition écologique comme pour renforcer la sécurité des biens et des services par la traçabilité des produits. Ainsi, lorsqu'ARMOR, fabriquant des consommables pour l'impression des étiquettes codes-barres, a été reconnue par l'État comme entreprise « essentielle à la Nation» pour son rôle de garant de la traçabilité pendant la crise du Covid-19, ce sont plusieurs années d'engagements qui ont été récompensées.

—Quel est le moteur d'ARMOR pour avancer en matière d'engagement ?
Le partage des bonnes pratiques avec des entreprises, pour alimenter les réflexions et continuer à progresser (Hubert de Boisredon est co-fondateur de l'association Dirigeants Responsables de l'Ouest).

—Pourquoi, selon vous, peut-on dire des ETI qu'elle sont « engagées par nature » ?
Les ETI se caractérisent souvent par un dirigeant personnellement engagé, qui possède un lien fort avec ses salariés. Mais ce qui les caractérise tout autant, c'est un fort ancrage territorial et un actionnariat stable, deux piliers pour déployer des engagements de long terme et avoir un véritable impact sur son écosystème local.

ARMOR EN QUELQUES CHIFFRES

1922	275 M€	2 000
DATE DE CRÉATION	CHIFFRE D'AFFAIRES (2019)	NOMBRE DE COLLABORATEURS DONT 750 EN FRANCE

AU CŒUR DE L'ENGAGEMENT DU GROUPE ARMOR : LE BIEN-ÊTRE ET L'INCLUSION DES COLLABORATEURS

L'UNIVERSITÉ ARMOR

- Créée en 2011
- Objectif : des formations diplômantes en Techniques de Production Industrielle (TPI), management, RH, logistique...pour accompagner les collaborateurs dans leur évolution et les associer au projet d'entreprise.
- Bilan : **83%** des opérateurs/trices certifié(e)s en 2019

2 SALARIÉS SUR 3 SONT ACTIONNAIRES

- Actionnariat salarié chez ARMOR : démarche initiée en **2014**
- Aujourd'hui : concerne **500 / 750 salariés** français du Groupe

« Tout salarié devrait pouvoir investir dans son entreprise : la compréhension mutuelle entre les différentes parties prenantes en ressort totalement grandie » HUBERT DE BOISREDON

5,6% DE SALARIÉS EN SITUATION DE HANDICAP EN 2019

•ARMOR investit dans l'embauche des personnes en situation de handicap, qui sont **2 à 3 fois** plus touchées par le chômage.

« Le handicap en entreprise est un véritable libérateur de l'esprit d'équipe, en augmentant la collaboration et donc l'efficacité ! »
HUBERT DE BOISREDON

OBJECTIF 2022 Certifier 100% des opérateurs et opératrices avec l'Université ARMOR

LE GROUPE ARMOR ET SES ENGAGEMENTS PLURIELS

1 DURABILITÉ DANS LA CHAÎNE ÉCONOMIQUE

- Démarche de **co-industrialisation**: produire et développer l'emploi en France, en allant chercher la croissance hors d'Europe
- Organisation de **réunions bi-annuelles avec les fournisseurs** pour les associer et les fédérer autour des engagements et des valeurs d'ARMOR

1 OBJECTIF 2022
Augmenter la part des achats locaux à 70%

2 MÉCÉNAT

- Organisation de courses sportives caritatives au profit de ***Special Olympics,*** association œuvrant pour l'épanouissement par le sport des personnes en situation de handicap mental

2 OBJECTIF 2022
Poursuivre la structuration d'une politique de mécénat cohérente, sur le territoire historique et dans les filiales

3 ENVIRONNEMENT

- Engagement auprès du Glocal Compact de l'ONU pour le respect des 10 principes
- Création d'une marque dédiée à des cartouches d'encre recyclées

« Chaque certification est une source de motivation pour continuer à progresser »
HUBERT DE BOISREDON

3 OBJECTIF 2022
Poursuivre la certification ISO 14 001 (management environnemental) de tous ses sites



JOSEPH PUZO
PRÉSIDENT

« LA STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT D'AXON'CABLE A TOUJOURS RÉPONDU À UN SEUL MOT D'ORDRE : LA PÉRENNITÉ »

—Quelle est la valeur phare d'Axon'Cable ?
L'accueil et l'accompagnement de chacun des collaborateurs tout au long de leurs parcours sont deux notions essentielles pour Axon'Cable, ce qui permet de les embarquer sur le long terme dans l'aventure de l'entreprise.

—Quelle est votre vision de l'engagement ?
Implantée dans la Marne, Axon'Cable s'est impliquée dès sa création dans des actions en faveur des jeunes et du patrimoine, afin de participer au développement du territoire. Mais l'engagement, c'est aussi et avant tout la pérennité de l'entreprise : en raisonnant toujours sur le long terme, en préservant l'emploi de nos collaborateurs et en misant encore et toujours sur les investissements en recherche et développement, nous avons su dépasser les crises avec résilience.

—Quel est le moteur d'Axon'Cable pour avancer en matière d'engagement ?
La création et l'adhésion au Club des Employeurs 4.0, regroupant des dirigeants d'entreprise et des responsables de service de la région, permet à Axon'Cable d'échanger sur les bonnes pratiques dans l'utilisation des technologies pour la « prévention augmentée » de la Santé et Sécurité au Travail.

—Pourquoi, selon vous, peut-on dire des ETI qu'elles sont « engagées par nature » ?
Les ETI sont soucieuses de leur implantation territoriale et participent activement au dynamisme de leur région. Avec les actions mises en œuvre par Axon'Cable, il fut un temps où les 2 seules villes de Marne qui voyaient leur population croître étaient Reims et Montmirail !

AXON'CABLE EN QUELQUES CHIFFRES

1965	157 M€	2 400
DATE DE CRÉATION	CHIFFRE D'AFFAIRES (2019)	NOMBRE DE COLLABORATEURS DONT 1 000 EN FRANCE

AU CŒUR DE L'ENGAGEMENT D'AXON'CABLE : LE BIEN-ÊTRE ET L'INCLUSION DES COLLABORATEURS

ENCOURAGER L'INSERTION PROFESSIONNELLE DES JEUNES

- Intervention dans des collèges locaux dans le cadre du programme « **Classes 4.0 en Entreprises** » (décliné en « e-classes 4.0 » pendant la crise sanitaire)
- « **AxoCamp à Montmirail** » : campus dédié aux programmeurs et campus-outilleurs, 2 métiers en tension en France

ACCOMPAGNER L'INTÉGRATION DES « AXONIENS »

- Mise à disposition de logements à Montmirail, financement de doctorats, d'expériences à l'international
- Bilan : **50%** des 300 ingénieurs d'Axon'Cable ont commencé en stage

PRÉSERVER LA SANTÉ DES COLLABORATEURS

- Création en 2010 du progiciel « **Axon Care** » en collaboration avec l'Association Médicale du Travail d'Epernay et de sa Région, afin de dépister des pathologies
- Création en 2014 du programme « **AXIONATÉ** » pour favoriser la pratique du sport en entreprise

« Nos collaborateurs doivent bénéficier de conditions de travail préservant leur santé, être encouragés à innover, être reconnus et rémunérés de leurs efforts, ainsi que pouvoir se former tout au long de leur carrière »
JOSEPH PUZO

OBJECTIF 2022 Perpétuer l'implication d'Axon'Cable dans des établissements scolaires et universitaires

AXON'CABLE ET SES ENGAGEMENTS PLURIELS

1 DURABILITÉ DANS LA CHAÎNE ÉCONOMIQUE

- Relations pérennes avec toutes les parties prenantes partageant des valeurs morales, une éthique et une responsabilité sociétale communes
- Présence de salariés au **Conseil Municipal**

« En tant que dirigeant, il était important d'encourager mes collaborateurs à se présenter au Conseil Municipal pour qu'ils s'impliquent sur le territoire »
JOSEPH PUZO

1 OBJECTIF 2022
Pérenniser les certifications telle que ISO 9001 (prise en compte des attentes des parties prenantes)

2 MÉCÉNAT

- Soutien pionnier depuis 1986 à des artistes contemporains (œuvres d'art fabriquées à partir de câbles ou de pièces industrielles notamment)
- Soutien apporté au patrimoine culturel avec le **Château de Montmirail**, classé monument historique, et l'organisation de reconstitutions historiques

2 OBJECTIF 2022
Poursuivre le soutien à la culture et au patrimoine, en lien avec l'implantation territoriale d'Axon'Cable

3 ENVIRONNEMENT

- Inauguration d'une usine éco-conçue de **4 000m2** à Montmirail en 2020, dotée de sa propre déchetterie
- L'AFNOR a attribué la note de **72/100** à Axon'Cable pour son engagement RSE en 2018
- Réduction de **5%** des gaz à effet de serre entre 2016 et 2020

« Il faut voir suffisamment loin : l'intérêt écologique est toujours doublé d'un intérêt économique »
JOSEPH PUZO

3 OBJECTIF 2022
Doubler la taille de l'usine éco-conçue de traitement de surface



JEAN-PAUL CALÈS
PRÉSIDENT
MATTHIEU CALÈS
DIRECTEUR GÉNÉRAL



FRANCK VIALAR
DIRECTEUR GÉNÉRAL ADJOINT

" QUE CHACUN TROUVE SA PLACE DANS L'ENTREPRISE, C'EST DE L'AVENTURE DE CAP INGELEC "

—Quelle est la valeur phare de Cap Ingelec?
Du respect des collaborateurs et de leur capacité à se sentir liés à l'entreprise naît sa réussite, c'est pourquoi Cap Ingelec investit sur des femmes et des hommes, moteur de son développement.

—Quelle est votre vision de l'engagement ?
Lorsque Cap Ingelec a été créée il y a trente ans, l'objectif n'était pas d'enrichir ses dirigeants mais bien d'embarquer de la meilleure façon possible un ensemble de collaborateurs au service d'un projet entrepreneurial, au cœur du territoire aquitain. Les dix premiers collaborateurs ont grandi avec Cap Ingelec et y sont toujours présents, ce qui a permis de construire de formidables et solides fondations. Pour qu'une entreprise réussisse, il faut un lien social fort et c'est la responsabilité du dirigeant que de le faire exister.

—Quel est le moteur de Cap Ingelec pour avancer en matière d'engagement ?
Nous croyons en la méritocratie, à la loyauté qui naît lorsque l'on donne leur chance à des personnes quel que soit leur parcours. Ces personnes deviennent alors de véritables atouts pour Cap Ingelec.

—Pourquoi, selon vous, peut-on dire des ETI qu'elles sont « engagées par nature » ?
En tant que dirigeant, l'engagement d'une ETI me semble devoir venir des valeurs personnelles. En recherchant d'abord l'efficience avant l'efficacité, on se place dans le long terme et donc dans la continuité de ses engagements. Cette vision fait écho à la dimension familiale de l'entreprise : Matthieu Calès (fils de Jean-Paul Calès) travaille depuis 10 ans au sein de l'entreprise et en prendra la tête à horizon 2023. À l'occasion de cette transmission générationnelle, le futur plan stratégique de Cap Ingelec, doté d'une ambition de 250 M € de chiffre d'affaires en 2025, est en cours d'élaboration.

CAP INGELEC EN QUELQUES CHIFFRES

1992	150 M€	320
DATE DE CRÉATION	CHIFFRE D'AFFAIRES (2021)	NOMBRE DE COLLABORATEURS

AU CŒUR DE L'ENGAGEMENT DE CAP INGELEC : LE BIEN-ÊTRE ET L'INCLUSION DES COLLABORATEURS

LE COMITÉ SOCIAL ET ECONOMIQUE (CSE) : L'OUTIL D'UN DIALOGUE SOCIAL PÉRENNE

- Depuis 2006, le CSE assure un maillage de la communication indispensable à l'échelle de l'entreprise.
- Il a permis la mise en place de référents sur des sujets tels que le harcèlement ou la sécurité.
- Objectif : Assurer l'expression collective des collaborateurs dans le partage et l'échange avec les dirigeants.

UN PROCESSUS D'INTÉGRATION ET DE FORMATION INCLUSIF

- Depuis 2014, une « **pépinière de jeunes ingénieurs** » permet chaque année d'intégrer l'entreprise avec un accompagnement et une offre de formation personnalisée (environ 10 jeunes/an)

L'ACTIONNARIAT SALARIÉ : LA MOTIVATION PARTAGÉE

- En 2017, le capital de la société a été ouvert à l'ensemble des salariés au travers d'un Plan d'Épargne Entreprise : **83 %** sont aujourd'hui actionnaires
- Dispositifs d'intéressements et de participations qui représentent jusqu'à **2,6** mois de salaire.

" Les collaborateurs ont des familles, des projets personnels, ils doivent pouvoir gagner correctement leur vie "
JEAN-PAUL CALÈS

OBJECTIF 2022 Continuer d'améliorer le score obtenu à l'index égalité femmes-hommes (78/100)

CAP INGELEC ET SES ENGAGEMENTS PLURIELS

1 ENVIRONNEMENT

- Première entrpeprise d'ingénierie française lauréate en 2009 du **Label European Code of Conduct for Datacenter Efficiency**
- Cap Ingelec a reçu la **médaille d'argent Ecovadis** pour sa performance RSE en 2020

" La performance énergétique des bâtiments est au cœur de la stratégie de Cap Ingelec et un véritable facteur différenciant sur le marché " JEAN-PAUL CALÈS

1 OBJECTIF 2022
Développer une flotte de véhicules hybrides et électriques

2 DURABILITÉ DANS LA CHAÎNE ÉCONOMIQUE

- En 2019, lancement d'une démarche structurée au travers d'un code de conduite pour les sous-traitants et les fournisseurs
- Mise en place fin 2020 d'une charte éthique pour l'ensemble des collaborateurs et des partenaires

3 MÉCÉNAT

- Depuis 2013, Cap Ingelec est grand mécène et administrateur de « **Bordeaux Mécènes Solidaires** », fondation qui promeut des initiatives locales et sociales
- Impliqué en tant que parrain bénévole de l'association « **Nos Quartiers ont du Talent** », qui œuvre pour l'insertion professionnelle des jeunes issus de quartiers prioritaires ou de milieux sociaux défavorisés

" Ces actions liées aux inégalités de la vie résonnent au sein de l'entreprise "
FRANK VIALAR

2 OBJECTIF 2022
Atteindre 94 % de satisfactiondes clients

3 OBJECTIF 2022
Soutenir davantage des actions et des projets sportifs, vecteurs de lien social



JEAN-THOMAS SCHMITT
DIRECTEUR GÉNÉRAL

“ PENSER LONG TERME POUR ASSOCIER TRANSITION ENVIRONNEMENTALE ET PERFORMANCE FINANCIÈRE : C’EST ÇA ÊTRE UNE ENTREPRISE ENGAGÉE ”

—Quelle est la valeur phare d’Heppner ?
L’engagement! Le principe de subsidiarité est un principe fondateur chez Heppner: nous déployons une organisation décentralisée, où le cadre est défini en central mais avec une large étendue d’autonomie du local, concrétisée par de nombreuses initiatives régionales. L’engagement est ainsi l’affaire de tous, stimulé chez l’ensemble de nos collaborateurs, avec une forte proactivité à tous les niveaux.

—Quelle est votre vision de l’engagement ?
En 2020, à la suite d’une large enquête auprès de toutes nos parties prenantes (exceptés les actionnaires), nous avons été la première entreprise du secteur à se doter d’une raison d’être : inscrite dans nos statuts, elle a pour objectif de guider toutes nos décisions et nos actions. Elle constitue également un véritable rappel de notre ADN : encourager l’esprit d’entreprise. Notre politique RSE constitue également un pilier majeur de notre engagement et est structurée depuis 2019 autour de 5 piliers : le modèle de gouvernance, l'environnement, les clients, les territoires et les collaborateurs.

—Quel est le moteur d’Heppner pour avancer en matière d’engagement ?
Même si je suis un libéral convaincu, en matière d’engagement la main du marché ne fait pas tout : il est essentiel d’être proactif, de structurer la démarche et de ne pas hésiter à nous engager dans des processus de certifications permettant de garantir et de mesurer notre progression. Toutes ces actions doivent rester spontanées et naturelles, et engager l’ensemble de la direction.

—Pourquoi, selon vous, peut-on dire des ETI qu'elles sont « engagées par nature » ?
Les ETI sont toujours en avance sur leur temps : majoritairement familiales, ces entreprises sont naturellement tournées vers le long-terme et savent ainsi prendre des décisions dont l’impact se mesure parfois au bout de quelques décennies. Penser long terme pour associer transition environnementale et performance financière : c’est ça être une entreprise engagée !

HEPPNER EN QUELQUES CHIFFRES

1925	708 M€	3 200
DATE DE CRÉATION	CHIFFRE D’AFFAIRES (2019)	NOMBRE DE COLLABORATEURS

AU CŒUR DE L’ENGAGEMENT DU GROUPE HEPPNER : L’ENVIRONNEMENT

LA RÉDUCTION DE L’EMPREINTE CARBONE

- **15 millions €** investis pour convertir notre flotte de véhicules au gaz naturel : 35% convertis dès 2021
- Sensibilisation et accompagnement de nos sous-traitants pour convertir leurs véhicules en faible émission, en anticipant l’interdiction liée aux Zones à Faibles Emissions
- Objectif : 120 tournées converties d’ici fin 2021
- Bilan : déjà **1200 tonnes de C02** évitées en 2019 d’où une réduction depuis 2010 de 12% des émissions CO2/km liées à la flotte poids lourds

DES RÉFÉRENTIELS POUR PROGRESSER

- Heppner se positionne dans le **Top 25%** des entreprises les plus vertueuses en matière de développement durable selon EcoVadis
- Publication du taux de recyclage des déchets (**57%** en 2019)
- Utilisation de la norme **ISO 26 000 et 9001** pour définir le plan d’actions du département RSE
- Heppner est signataire depuis 2019 du Global Compact et s’est engagée à contribuer aux **17 Objectifs de Développement Durable**

“ Heppner est signataire depuis 2010 de la charte objectif CO2 de l’ADEME et souhaite embarquer l’ensemble de son écosystème dans ce challenge, en particulier nos sous-traitants ” J-T SCHMITT

“ Chaque action RSE fait le lien avec les ODD de manière à sensibiliser nos collaborateurs aux enjeux de développement durable ” J-T SCHMITT

OBJECTIF 2022 Atteindre un taux de 60% concernant le recyclage des déchets

LE GROUPE HEPPNER ET SES ENGAGEMENTS PLURIELS

1 DURABILITÉ DANS LA CHAÎNE ÉCONOMIQUE

- Avec **70** sites en France, Heppner est un véritable acteur des territoires
- Elaboration d’une charte éthique pour les fournisseurs

2 MÉCÉNAT

- Soutiens apportés à l’enseignement et la recherche médicale avec la **Fondation de l’Université de Strasbourg**, la **Fondation pour la Recherche Médicale** et l’**Association Jeunesse et Entreprise**
- Support financier et/ou logistique à des associations portant des initiatives solidaires avec un ancrage territorial fort (par exemple Magie à l’Hôpital)

3 BIEN-ÊTRE ET L’INCLUSION DES COLLABORATEURS

- L’**Université Heppner**, créée en 2016, est un incubateur de talents et de projets, qui a déjà accueilli **135** personnes avec une promotion tous les 2 ans
- Heppner a obtenu en 2020 la note de **89/100** à l’index égalité professionnelle entre les femmes et les hommes
- Embauche de **90** alternants en 2019, dont 50% embauchés en CDI par la suite
- Création d’une **Cellule Haut Potentiel** pour encourager la diversité de profils et de parcours aux postes à responsabilité

1 OBJECTIF 2022	2 OBJECTIF 2022	3 OBJECTIF 2022
Mettre en œuvre la politique d’achats responsables dans le cadre de l’évaluation EcoVadis	Perpétuer nos actions de mécénat en privilégiant les partenariats de long terme	Accélérer le recrutement des personnes en situation de handicap (13 embauches à horizon 2024)



LAURENCE PAGANINI
DIRECTRICE GÉNÉRALE



EMMANUELLE GERMANI
DIRECTRICE RH, SI ET RSE

> LA DÉMARCHE RSE EST UN ENGAGEMENT SUR LE FUTUR, D'OÙ L'IMPORTANCE DE PROGRESSER RÉGULIÈREMENT ”

—Quelle est la valeur phare de Kaporal ?
L'ancrage territorial est une partie intégrante de l'ADN de Kaporal. Sa localisation dans les quartiers Nord de Marseille est à la source de beaucoup de nos engagements et offre un environnement créatif et inclusif très important pour nous.

—Quelle est votre vision de l'engagement ?
La patience, la persévérance et la sincérité dans les engagements sont essentielles et doivent articuler et mettre en cohérence les actions de court, de moyen et de long termes. Notre raison d'être « habiller les générations qui veulent changer le monde » est l'aboutissement d'un cheminement commencé en 2013, lors de la reprise de l'activité par l'équipe de direction. Il y a deux ans, nous avons fait appel à une société de conseil afin de nous aider à aligner la vision de l'entreprise, ses engagements et son territoire. La structuration de notre démarche RSE était devenue indispensable pour démontrer, en interne comme en externe, qu'elle est portée au plus haut niveau de l'entreprise. Si la direction n'impulse pas le changement, il n'y aura ni adhésion, ni résultats.

—Quel est le moteur de Kaporal pour avancer en matière d'engagement ?
La mobilisation de tous les collaborateurs, en boutique comme au siège marseillais. Ce sont eux qui portent les valeurs de l'entreprise : l'esprit pionnier, l'ambition, la responsabilité, la passion et le fun. Se lancer dans une démarche RSE de façon sincère n'est pas un long fleuve tranquille, et sans moteur particulier elle est compliquée à mettre en œuvre.

—Pourquoi, selon vous, peut-on dire des ETI qu'elles sont « engagées par nature » ?
Parce qu'elles osent. Elles savent que les choix audacieux impliquent de prendre des risques mais qu'il faut aussi être raisonnable pour aller au bout des actions qu'elles entreprennent. La cohérence comme cap leur sert de corde de rappel.

KAPORAL EN QUELQUES CHIFFRES

1979	120 M€	550
DATE DE CRÉATION	CHIFFRE D'AFFAIRES (2019)	NOMBRE DE COLLABORATEURS

AU CŒUR DE L'ENGAGEMENT DE KAPORAL : LE BIEN-ÊTRE ET L'INCLUSION DES COLLABORATEURS

LA CULTURE D'APPARTENANCE "BE KAPORAL"

- Créée en 2014
- Objectif : individuellement et collectivement, faire des collaborateurs les premiers ambassadeurs du changement
- Bilan : Après les ambassadeurs « Kap'ekolo » (siège), création en 2020 d'un **réseau d'ambassadeurs RSE** en magasins impliqué dans le projet RSE de l'entreprise

LA COLLABORATION AVEC 13 A'TIPIK

- Un atelier de confection textile d'insertion basé à Marseille
- Objectif : soutenir l'insertion professionnelle des jeunes créateurs tout en faisant de l'upcycling autour du jean
- Les bénéfices des ventes des articles des collections upcyclées sont reversés à l'**Ecole de la Deuxième Chance à Marseille**

> C'est essentiel de laisser ses collaborateurs s'impliquer et porter eux-mêmes les projets. C'est pourquoi Kaporal leur octroie du temps sur leur temps de travail pour la mise en œuvre d'actions solidaires ”
> LAURENCE PAGANINI

KAP EKOLO

- Initiative des collaborateurs en faveur d'actions environnementales et sociales : nettoyage des plages, collectes internes de recyclage de vêtements et de jouets, gestion des déchets internes, sensibilisation (Journée de la Terre), etc.

OBJECTIF 2022 Mettre en place un programme d'actions solidaires pour les collaborateurs

KAPORAL ET SES ENGAGEMENTS PLURIELS

1 DURABILITÉ DANS LA CHAÎNE DE PRODUCTION ÉCONOMIQUE

- En 2017, avec la capsule **Jean de Nîmes**, Kaporal a fait le choix de relocaliser une partie de sa confection et sa production en France
- Renforcement de la traçabilité sur le denim
- Kaporal travaille avec les mêmes fournisseurs depuis 15 ans et les accompagne dans le développement de leurs pratiques sociales et environnementales

1 OBJECTIF 2022
100% des fournisseurs audités RSE et signataires de leur charte « achats responsables »

2 MÉCÉNAT

- Participation au programme **« Télémaque »** qui favorise l'égalité des chances dans l'éducation dès le collège
- Aux côtés des **Apprentis d'Auteuil,** le projet Skola, une « boutique-école » qui permet la formation et l'insertion professionnelles de jeunes adultes âgés de 16 à 30 ans

2 OBJECTIF 2022
Développer le mentorat local auprès de porteurs de projets environnementaux

3 ENVIRONNEMENT

- Pionnière dès 2014 avec l'opération *Kaporal recycle ton jean* qui permet de revaloriser les jeans en fin de vie
- Lancement en 2019 du *Programme Bleu Impact* visant à limiter la consommation d'eau lors de la production de denim, recycler les fibres coton/polyester et éliminer les micro plastiques des jeans
- Signature du **Pacte mondial des Nations Unies en 2021**

3 OBJECTIF 2022
Diminuer le fret aérien en favorisant le transport ferroviaire



SÉBASTIEN HOURS
PRÉSIDENT DU CONSEIL DE SURVEILLANCE

“ POUR UN VÉRITABLE BÉNÉFICE ENVIRONNEMENTAL, IL FAUT AGIR DANS LA DURÉE ”

—Quelle est la valeur phare du Groupe KERIA ?
Depuis la mise en place de son premier plan d'actions responsable en 2007, le Groupe KERIA innove pour concilier écologie et économie. Régulièrement challengé par l'arrivée de nouvelles technologies et par l'intégration de labels, nous cherchons sans cesse à nous dépasser en matière environnementale.

—Quelle est votre vision de l'engagement ?
Au regard de notre Raison d'Être : « Faire vivre la lumière à chaque instant », notre engagement s'appuie sur l'innovation et la créativité, la bienveillance et la générosité, au-delà même des valeurs entrepreneuriales et familiales qui nous caractérisent. Nous avons d'ailleurs établi notre reporting extra-financier, reprenant 45 critères en phase avec les ODD (Objectifs Développement Durable), qui intègre nos objectifs opérationnels, financiers et extra-financiers, avec un suivi trimestriel et un véritable alignement avec notre Raison d'Être.

—Quel est le moteur du Groupe KERIA pour avancer en matière d'engagement ?
Nous sommes dans une vraie démarche de progrès, nous recherchons toujours le bon partenaire en phase avec nos valeurs pour obtenir des résultats concrets, c'est le cas pour la réduction de notre consommation énergétique que nous avons déjà réussi à réduire de 50% sur la dernière décennie, mais aussi sur la biodiversité pour laquelle nous avons fait le choix d'acheter des arbres et de les entretenir dans la durée, plutôt que de simplement les planter. Nous le faisons aussi pour fixer nos ambitions et surtout mesurer nos progrès car nous devons viser loin tout en agissant vite !

—Pourquoi, selon vous, peut-on dire des ETI qu'elles sont « engagées par nature » ?
Grâce à leur vision de long terme, les ETI parviennent à s'appuyer sur des équipes, une histoire et un territoire pour faire de leurs engagements un moyen de se projeter dans l'avenir.

LE GROUPE KERIA EN QUELQUES CHIFFRES

1982	80 M€	500
DATE DE CRÉATION	CHIFFRE D'AFFAIRES (2019)	NOMBRE DE COLLABORATEURS

AU CŒUR DE L'ENGAGEMENT DU GROUPE KERIA : L'ENVIRONNEMENT

L'INNOVATION ÉCOLOGIQUE AVEC LA LED

- Objectif : Accompagner les clients dans la réduction de leur consommation énergétique
- En partenariat avec Ecosystem, le GROUPE KERIA agit aussi activement pour le **recyclage des ampoules** dans ses 100 points de vente.
- Bilan : Grâce au passage à un éclairage LED, des milliers de tonnes de gaz à effet de serre sont évitées chaque année et plus de **100.000 ampoules** sont recyclées

“ Notre métier consiste avant tout à éclairer nos clients et à le faire de manière responsable. En ce sens, le GROUPE KERIA s'est donné pour mission de les accompagner, de donner du sens et de faire de la pédagogie ” SÉBASTIEN HOURS

LE PROGRAMME *LIGHT FOR GOOD*

- KERIA s'est engagé, en partenariat avec **EcoTree**, à acheter chaque année des arbres pour créer la forêt KERIA et à signer un « Climate Deal » avec Time for the Planet

LE LABEL « ENSEIGNE RESPONSABLE »

- Attribué par le Ministère de l'Économie en 2020
- KERIA est signataire du **Manifeste du Commerce Responsable** pour mesurer concrètement ses engagements et ses marges de progression

OBJECTIF 2022 Après la réalisation de son bilan carbone, KERIA s'engage dans la Convention des Entreprises pour le Climat (CEC) pour fixer sa feuille de route 2030

LE GROUPE KERIA ET SES ENGAGEMENTS PLURIELS

1 DURABILITÉ DANS LA CHAÎNE ÉCONOMIQUE

- **Plus de 70%** des collections et designs sont développés en interne par les équipes de KERIA Luminaires
- **100% de transport fluvial** de nos conteneurs en France

“ Nous travaillons à rendre nos collections toujours plus exclusives, originales, innovantes et éco-responsables"
SÉBASTIEN HOURS

1 OBJECTIF 2022
Travailler dans une démarche d'éco-responsabilité avec nos partenaires industriels

2 MÉCÉNAT

- Dons de produits auprès d'associations, notamment à **Emmaüs France** pour lutter contre l'exclusion
- Soutien à des projets sur initiative des collaborateurs
- Investissement dans des start-ups locales et innovantes pour les accompagner dans leur réussite entrepreneuriale

2 OBJECTIF 2022
Perpétuer nos engagements mécénat qui sont en phase avec nos valeurs et notre Raison d'Être

3 LE BIEN-ÊTRE ET L'INCLUSION DES COLLABORATEURS

- Ecole de formation interne **« L'École des Talents »**: programme sur 12 mois, alliant pratique et théorie pour faire évoluer les jeunes collaborateurs prometteurs
- Engagé dans le programme **« 100.000 entrepreneurs »** pour donner aux jeunes l'envie d'entreprendre
- Recrutement de **12** alternants et VTE Vert en 2021
- KERIA a obtenu en 2020 la note de **89/100** à l'index égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, avec 43% de femmes dans le Comité de Direction

3 OBJECTIF 2022
Développement du programme « Alternance » internalisé au sein du groupe



JEANNE CLUZEL-LEMOINE
DIRECTRICE GÉNÉRALE

> L'ENGAGEMENT CRÉE L'ENGAGEMENT : PLUS LES DIRIGEANTS TRANSMETTENT LEUR PASSION, PLUS ELLE ANIME AVEC SINCÉRITÉ L'ÉQUIPE ET L'ÉCOSYSTÈME "

—Quelle est la valeur phare du Groupe Lemoine ?
Conserver notre âme et nos actions de pionniers à de nombreux égards, grâce notamment aux moyens alloués à l'innovation, au service de la transition écologique. Chaque année nous consacrons plus de la moitié de nos investissements au développement durable, ce qui nous a toujours permis d'être très en avance sur la réglementation environnementale.

—Quelle est votre vision de l'engagement ?
Notre ancrage local depuis la création de l'entreprise il y a plus de 40 ans, nos choix volontaristes d'investissements, pour créer nos propres processus de fabrication (entre 7 et 10 M€/an) et notre démarche collaborative historique de proximité et de partage avec nos collaborateurs, traduisent toute la force et la réalité de notre engagement. Maîtriser l'empreinte écologique d'un Groupe Industriel comme le nôtre a toujours guidé nos décisions.

—Quel est le moteur du Groupe Lemoine pour avancer en matière d'engagement ?
L'altérité est la force du Groupe ce qui a permis de placer la gouvernance responsable au cœur de son organisation. Cette proximité entre dirigeants et collaborateurs permet une discussion ouverte et large, que ce soit sur le fonctionnement de l'entreprise comme sur les produits que nous créons et fabriquons.

—Pourquoi, selon vous, peut-on dire des ETI qu'elles sont « engagées par nature » ?
Dans les ETI, familiales ou non, les dirigeants ne font pas que passer. Cette stabilité offre des fondations solides ainsi que des perspectives rassurantes et pérennes pour toutes les parties prenantes. Le succès d'une ETI dépend de la passion, de la détermination, de la volonté et de la persévérance démontrées au quotidien par ses dirigeants et ses équipes.

LE GROUPE LEMOINE EN QUELQUES CHIFFRES

1978	145 M€	900
DATE DE CRÉATION	CHIFFRE D'AFFAIRES (2019)	NOMBRE DE COLLABORATEURS

AU CŒUR DE L'ENGAGEMENT DU GROUPE LEMOINE : L'ENVIRONNEMENT

SUPPRESSION DU PLASTIQUE EN AMONT DE LA RÉGLEMENTATION

- Création de la Decobox en **2014** (production française) puis de l'Ecobox en **2019** (production française et allemande)
- Objectif : proposer des emballages en carton et en papier ainsi que des bâtonnets ouatés dont la tige est en papier
- Bilan : **suppression de 4 000 tonnes de plastique** en 2019

LA TRAÇABILITÉ ET LA RESPONSABILITÉ AU CŒUR DES ACHATS

- Pour les matières premières telles que le coton, audit régulier des fournisseurs en particulier sur le respect des engagements pris en matière sociale et environnementale : coton issu du commerce équitable, biologique et non blanchi.
- Calcul précis des gains et des ROI estimés pour chaque investissement réalisé au titre de la transition écologique

RÉDUIRE LE GASPILLAGE

- Les chutes de production sont réintégrées dans le cycle de fabrication
- Les déchets de tiges en papier sont repris par l'entreprise Véolia pour être **compostés** et réutilisés dans l'agriculture

> L'esprit d'innovation anime le Groupe Lemoine et permet d'aller plus loin dans notre démarche de développement durable » JEANNE CLUZEL-LEMOINE

OBJECTIFS 2022
- Faire progresser le poids des filières Bio et Équitables dans les achats de coton
- Continuer la réduction du plastique dans nos emballages

LE GROUPE LEMOINE ET SES ENGAGEMENTS PLURIELS

1 DURABILITÉ DANS LA CHAÎNE ÉCONOMIQUE

- Ancrage fort dans le bocage normand
- Recours aux **circuits courts** en collaboration avec des entreprises locales

> Grâce à son agilité et son adaptabilité, le Groupe Lemoine a fait du Made in France une réalité très concrète. Le défi de la crise sanitaire, avec la fabrication en Normandie, d'écouvillons et de masques chirurgicaux 100% français en est une preuve tangible »
> JEANNE CLUZEL-LEMOINE

1 OBJECTIF 2022
Poursuivre les efforts de relocalisation sur le territoire français

2 MÉCÉNAT

- Soutien aux **« Enfants de la Lune »**, à la Ligue contre le cancer, aux Etoiles du sport
- Dons de produits d'hygiène et de soins à des associations
- Lancement en 2020 du programme **« Des Enfants & des Arbres »** en partenariat avec Nébéday (Sénégal) qui sensibilise les jeunes aux enjeux climatiques et contribue au reboisement de la mangrove

2 OBJECTIF 2022
Poursuivre les actions contre le réchauffement climatique

3 BIEN-ÊTRE ET INCLUSION DES COLLABORATEURS

- La prise en compte des particularités des métiers de chacun pour apporter des réponses sur-mesure, via des séances de coaching par exemple.
- Le recours à un consultant externe pour lancer une démarche collaborative en 2019 visant à donner aux collaborateurs la liberté totale de parole et à les associer aux évolutions de l'entreprise

3 OBJECTIF 2022
Continuer à nourrir un dialogue permanent avec les collaborateurs et mener ensemble des actions constructives



EMMANUEL VASSENEIX
PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL

« CE N'EST PAS LE CAPITAL QUI FAIT L'ENTREPRISE MAIS LES FEMMES ET LES HOMMES, CAR CE SONT EUX QUI AMÈNENT LE CAPITAL HUMAIN NÉCESSAIRE AU DÉVELOPPEMENT "

—Quelle est la valeur phare de LSDH?
LSDH a développé des relations fortes et pérennes avec l'ensemble des parties prenantes du groupe et surtout les producteurs. Cette proximité permet à tout un collectif de progresser ensemble vers un développement plus responsable vis-à-vis des générations futures.

—Quelle est votre vision de l'engagement ?
LSDH, société familiale indépendante, a décidé de miser sur l'innovation et la recherche dans le but de répondre aux différents enjeux environnementaux de notre société. LSDH a fait partie dès le début de l'aventure de La Marque du Consommateur « C'est qui le patron ? ». Reflet de l'engagement de LSDH, cette initiative permet de soutenir les producteurs issus de l'agriculture raisonnée tout en faisant le pari de la responsabilité des consommateurs, qui s'engagent en se réappropriant leur mode de consommation.

—Quel est le moteur de LSDH pour avancer en matière d'engagement ?
La passion, l'ambition et l'humanité sont les valeurs cardinales de chaque engagement pris par LSDH. Trois prismes guident les décisions du groupe : faire du bien à l'entreprise, aider au développement national, agir pour les générations futures.

—Pourquoi, selon vous, peut-on dire des ETI qu'elles sont « engagées par nature » ?
L'ETI est un modèle d'entreprise dans lequel les dirigeants font « partie de l'équipe ». Ils sont pleinement acteurs du développement de leur territoire et, pour cette raison, ne doivent pas hésiter à se remettre en question et à faire confiance à leurs parties prenantes.

LSDH EN QUELQUES CHIFFRES

1909	900 M€	2 000
DATE DE CRÉATION	CHIFFRE D'AFFAIRES (EN 2019)	NOMBRE DE COLLABORATEURS

AU CŒUR DE L'ENGAGEMENT DU GROUPE LSDH : LA CHAÎNE ÉCONOMIQUE

LES CONTRATS TRIPARTITES

- Initiés avec Biolait et Système U en **2011**, les contrats tripartites entre LSDH, les éleveurs et la grande distribution permettent davantage de transparence dans la fixation des prix et un respect mutuel
- Objectif : privilégier le circuit court français par une agriculture raisonnée, accessible à tous et rémunératrice pour les producteurs afin de respecter et valoriser leur travail
- Bilan : création en 2017 de La Marque du Consommateur – **« C'est qui le Patron ? »**

« Cette approche renforce notre volonté de participer à la transformation de la société avec davantage de sens, de solidarité et de responsabilité »
EMMANUEL VASSENEIX

L'ACCOMPAGNEMENT DES PRODUCTEURS

- Lancement de la **Start Box** dès 2014, dispositif de soutien aux jeunes éleveurs installés en production laitière (un soutien financier et un supplément de volume si nécessaire)
- LSDH les accompagne dans la démarche **« Cap'2ER »** sur deux niveaux pour réduire leur empreinte et améliorer leur bilan carbone

« LSDH entretient des relations durables et solidaires avec les producteurs »
EMMANUEL VASSENEIX

OBJECTIF 2023
Avoir 100% des exploitations ayant réalisé le niveau 2 de « Cap'2ER »

LE GROUPE LSDH ET SES ENGAGEMENTS PLURIELS

1 BIEN-ÊTRE ET INCLUSION DES COLLABORATEURS

- Lancement en 2019 de la 1ère promotion **Invente ton avenir**, en alternance, avec une embauche à la clé
- Création du réseau de collaborateurs ambassadeurs **« Be colibri »** pour concrétiser sur le terrain les actions RSE
- Redistribution de **25%** du résultat net de LSDH aux collaborateurs

« Au sein de LSDH, il y a 2 000 collaborateurs mais avant tout 2 000 familles » E. VASSENEIX

1 OBJECTIF 2022
Perpétuer le projet « SEQUOIA » pour favoriser l'écoute et le partage entre collaborateurs

2 MÉCÉNAT

- À l'initiative des collaborateurs de LSDH, création en 2012 de l'association **Dessinons des sourires** pour soutenir des causes humanitaires dédiées aux personnes malades
- Participation des collaborateurs à des événements sportifs pour soutenir l'association « Dans les pas d'Axel »

2 OBJECTIF 2022
Continuer de soutenir des actions de santé à taille humaine, pour interagir avec les associations

3 ENVIRONNEMENT

- Depuis 2015, LSDH s'est engagée à contribuer aux **17 Objectifs de Développement Durable des Nations Unies**
- En partenariat avec l'association **Agrisud International**, mise en place d'une sensibilisation des collaborateurs et des actions concrètes pour économiser l'eau
- En 2019, la filière **« Bio Zéro Résidu de Pesticides »** et la démarche des Vergers Écoresponsables ont été instaurées concernant les matières premières de LSDH

3 OBJECTIF 2022
Réduire l'impact environnemental des emballages et accessoires en matière plastique



XAVIER GUICHARD
DIRECTEUR GÉNÉRAL

« LA RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE EST AU CŒUR DE NOTRE ADN ET DE NOTRE MISSION : ENTREPRENDRE POUR UN MONDE MEILLEUR „

—Quelle est la valeur phare de Manutan ?
Rassembler des femmes et des hommes passionnés par le commerce. Nous exerçons notre métier de distributeur en mettant la sincérité et la responsabilité au cœur de toutes nos actions. Nous travaillons au progrès de tous, entreprenant ainsi pour un Monde meilleur.

—Quelle est votre vision de l'engagement ?
En accompagnant les entreprises et les collectivités au quotidien via la distribution d'équipements, nous mettons en pratique notre mission en tant qu'entreprise dans la société. Nous plaçons ainsi la sincérité et la responsabilité au cœur de nos actions pour faire évoluer tout notre écosystème : collaborateurs, clients, fournisseurs et partenaires. Notre état d'esprit et notre culture commune servent ainsi notre ambition d'évoluer tous ensemble vers la distribution de demain.

—Quel est le moteur de Manutan pour avancer en matière d'engagement ?
Sans aucun doute les collaborateurs et l'innovation ! C'est pourquoi notre stratégie vise à placer le digital au service des relations humaines. L'amélioration continue est au cœur de nos actions avec notamment une Université pour permettre aux collaborateurs de progresser en permanence, des partenariats avec des start-up pour développer l'open-innovation, une culture client forte à l'origine de nombreux services à valeur ajoutée.

—Pourquoi, selon vous, peut-on dire des ETI qu'elles sont « engagées par nature » ?
Les ETI ont une proximité naturelle avec leur territoire. Elles co-écrivent leur histoire avec les acteurs locaux à travers des partenariats et une implication forte. C'est un cercle vertueux à partir duquel tout le monde gagne à participer et à développer. C'est également une véritable source de talents que nous valorisons et accompagnons via différents programmes comme la Web School Factory ou Sport dans la Ville.

MANUTAN EN QUELQUES CHIFFRES

1966	780 M€	2 100
DATE DE CRÉATION	CHIFFRE D'AFFAIRES (EN 2019/2020)	NOMBRE DE COLLABORATEURS (DONT 673 EN FRANCE)

AU CŒUR DE L'ENGAGEMENT DU GROUPE MANUTAN : LE BIEN-ÊTRE ET L'INCLUSION DES COLLABORATEURS

ENCOURAGER LE DÉVELOPPEMENT ET L'ÉPANOUISSEMENT

- Marque de fabrique du Groupe, **l'Université Manutan** permet à chaque collaborateur de comprendre et de partager la stratégie et les engagements associés ainsi que d'améliorer leurs compétences professionnelles
- De nombreux projets RH visent à accompagner le développement et l'amélioration continue telles que ***Learning Policy*** qui permet à chaque collaborateur de bénéficier d'au moins une journée de *Learning* par an (webinars, formations, salons, conférences, etc.)
- Le projet « *Culture du feedback* » permet d'améliorer la communication au sein des équipes et la confiance en soi de chacun.

BONUS POUR TOUS

- Afin d'offrir une expérience commune, juste et équitable, de motiver et de récompenser l'excellence et la performance au service des clients, tous les collaborateurs ont une part de rémunération variable basée sur deux objectifs collectifs : le niveau de satisfaction clients et les résultats du Groupe

OBJECTIF 2022
- NPS supérieur à 80 (« Recommanderiez-vous Manutan à un collègue ? »)
- Etendre le projet « *Culture du Feedback* » à tous les collaborateurs du groupe

LE GROUPE MANUTAN ET SES ENGAGEMENTS PLURIELS

1 DURABILITÉ DANS LA CHAÎNE ÉCONOMIQUE

- Mise en place d'une **charte éthique** avec les fournisseurs
- Lancements réguliers de nouveaux services pour favoriser une économie circulaire et de nouvelles façons de consommer : location, vente de produits d'occasion, revalorisation du mobilier

1 OBJECTIF 2022
Étendre la vente de produits d'occasion, proposée uniquement par 1 filiale, à d'autres filiales du Groupe

2 MÉCÉNAT

- Soutien apporté à l'inclusion par le biais de partenariats avec des associations tout en contribuant au développement des territoires : dons réguliers, accompagnement des jeunes dans la construction de leurs projets professionnels, insertion des personnes en situation de handicap

2 OBJECTIF 2025
Développer encore plus de partenariats forts de sens pour faire évoluer tout un écosystème

3 ENVIRONNEMENT

- **Limitation des émissions carbone** à travers différentes actions telles que l'optimisation des emballages, des chargements et des flux logistiques ; la réduction du nombre de pages des catalogues ou encore la constitution d'une flotte de véhicules hybrides
- Développement d'une offre responsable avec des produits **éco-labellisés** et fabriqués à partir de matières recyclées ou biodégradables

3 OBJECTIF 2022
Accompagner les clients dans l'optimisation du nombre de livraisons via la méthodologie Savin'side®



CLÉMENT QUÉGUINER
PRÉSIDENT

« L'ATTACHEMENT À NOTRE TERRITOIRE EST LE SOCLE COMMUN DE TOUS NOS ENGAGEMENTS "

—Quelle est la valeur du Groupe Quéguiner ?
L' audace ! Cette audace qui a permis au Groupe Quéguiner de rester fortement ancré et attaché à la pointe du Finistère et plus largement au territoire breton qui l'a vu naître et qui lui a permis son expansion.

—Quelle est votre vision de l'engagement ?
L'histoire et le développement du Groupe Quéguiner sont intimement liés à la formidable implication de ses collaborateurs, dont certains sont présents depuis le début de leur carrière professionnelle. La notion de collectif est pour nous centrale, c'est pourquoi il nous tient à cœur d'emmener et d'impliquer nos collaborateurs dans tous les engagements de l'entreprise, en leur permettant d'en être acteurs, pour véritablement « faire ensemble ». Nos salariés ont fait, font et feront la réussite du Groupe.

—Quel est le moteur du Groupe Quéguiner pour avancer en matière d'engagement ?
Derrière chaque engagement pris par le Groupe Quéguiner, il y a la volonté forte de créer un vécu commun pour souder les équipes d'une part et accompagner les projets de notre territoire d'autre part. Nos engagements sont nés grâce à de belles rencontres humaines. Ces engagements ne sont jamais de l'opportunisme, ils doivent réellement avoir un sens !

—Pourquoi, selon vous, peut-on dire des ETI qu'elles sont « engagées par nature » ?
Les ETI sont très souvent des entreprises familiales très attachées à leur territoire, ce qui les conduit à s'impliquer dans des projets de long terme et centrées sur la réussite de l'humain. Les ETI sont de véritables actrices pour le développement de leur territoire.

LE GROUPE QUÉGUINER EN QUELQUES CHIFFRES

1948	235 M€	1 109
DATE DE CRÉATION	CHIFFRE D'AFFAIRES (EN 2020)	NOMBRE DE COLLABORATEURS

AU CŒUR DE L'ENGAGEMENT DU GROUPE QUÉGUIGNER : LE MÉCÉNAT ET LE SPONSORING

PARTENAIRE OFFICIEL ET MÉCÈNE DU FESTIVAL DES VIEILLES CHARRUES

- Issu d'une rencontre humaine, le partenariat entre le Groupe Quéguiner et le **Festival des Vieilles Charrues** démarre en 2006 grâce à des valeurs communes : l'attachement au territoire et la convivialité grâce à la musique.
- Objectif : soutenir l'association des Vieilles Charrues, faire rayonner la Bretagne au-delà de ses frontières
- Bilan : Présence des collaborateurs, clients et fournisseurs sur le Festival. Accompagnement de l'équipe Vieilles Charrues dans certains choix techniques

« L'implication des collaborateurs dans les actions de mécénat et de sponsoring du Groupe Quéguiner est un vrai plus, permettant de décupler leur sentiment d'appartenance au sein de l'entreprise » C. QUÉGUINER

FORTEMENT INVESTI DANS LE DOMAINE DE LA SANTÉ

- **Leucémie Espoir** : financement d'un poste de chercheur et d'actions de notoriété depuis 2009
- Depuis 2017, soutien apporté au **Fonds de dotation du CHRU de Brest – Innoveo** pour la recherche et l'innovation médicale

LE SPONSORING SPORTIF LOCAL

- Depuis 1995 : partenaire historique du **Stade Brestois 29**
- Création en 2014 du projet Quéguiner **Voiles & Océan** en copartenariat avec FLE (participation au Vendée Globe, Transat, Figaro ...)

OBJECTIF 2022 Pérenniser nos engagements actuels

LE GROUPE QUÉGUINER ET SES ENGAGEMENTS PLURIELS

1 BIEN-ÊTRE ET INCLUSION DES COLLABORATEURS

- Depuis 2006, l'alternance (via notre Centre de formation interne) est au cœur de la stratégie d'inclusion : former des jeunes à nos métiers et le valider par un **Certificat de Qualification Professionnelle (CQP)**
- Structuration de la démarche sécurité grâce au **recrutement d'un directeur HSE en 2020**, au suivi d'indicateurs spécifiques (accidents du travail, taux de gravité) et à la mise en place et au déploiement de notre plan d'action "les Incontournables Sécurité"

1 OBJECTIF 2022
Intensifier le déploiement des plans de formation et la montée en compétences de nos collaborateurs

2 DURABILITÉ DANS LA CHAÎNE ÉCONOMIQUE

- Le Groupe est partenaire de la **Marque Bretagne** depuis 2013 et membre du Comité de Marque & d'Adhésion
- Quéguiner Matériaux est membre de l'association **« Produit en Bretagne »**. Nous sommes le seul négoce de matériaux membre
- Depuis 2014, partenariat avec les **Agriculteurs de Bretagne**
- Maillage des agences et des sites de production exclusivement en Bretagne et en Pays de Loire

2 OBJECTIF 2022
Continuer à privilégier des approvisionnements en circuit court et français

3 ENVIRONNEMENT

- Construction d'une nouvelle usine tournée vers la transition écologique et la décarbonation (éclairage naturel, 0 déchets, transition numérique vers le 0 papier, circuit court d'approvisionnement ...)
- Remplacement des chariots élévateurs thermiques par des **chariots électriques**
- Stratégie de recyclage des déchets de construction

« L'impact de notre flotte de transports et de nos déchets fait l'objet de réflexions menées étroitement avec nos collaborateurs comme nos fournisseurs » C. QUÉGUINER

3 OBJECTIF 2022
Limiter au maximum notre empreinte carbone



SYLVIE GRANDJEAN
DIRECTRICE GÉNÉRALE

> C'EST UNE SÉRIE DE PETITS ACTES QUI DONNENT UN SENS À L'ENGAGEMENT : IL FAUT TROUVER UN SENS IMMÉDIAT MAIS GARDER UNE VISION À TRÈS LONG TERME, QUI CORRESPOND AUX VALEURS DES ETI"

—Quelle est la valeur phare de REDEX ?
L'équité est au cœur de nos valeurs : REDEX a à cœur de proposer des dispositifs sur mesure à ses collaborateurs, qui tiennent compte de leurs différences en vue de leur permettre à tous de progresser tout au long de leur parcours au sein de l'entreprise.

— Quelle est votre vision de l'engagement ?
Si REDEX s'engage, c'est avant tout pour que nos salariés soient fiers d'y travailler. Cela est d'autant plus important que pour les générations actuelles, cette fierté passe par le sens qu'ils trouvent dans leur métier et leur entreprise. Pour cela, en tant qu'équipe dirigeante, nous devons montrer les valeurs que nous donnons à cette aventure entrepreneuriale et familiale : être utile à la société, au-delà de son titre professionnel.

—Quel est le moteur de REDEX pour avancer en matière d'engagement ?
Pour nous, l'engagement passe par une série de petits actes menés au quotidien, qui permettent de trouver un sens immédiat tout en gardant une vision ambitieuse portée à très long terme, qui correspond aux valeurs des ETI.

—Pourquoi, selon vous, peut-on dire des ETI qu'elle sont « engagées par nature » ?
Les ETI ont la spécificité d'être entières et cohérentes dans leurs engagements, en adéquation avec leurs valeurs fondamentales : développer des liens sur le long terme avec leur territoire, ainsi qu'avec les femmes et les hommes qui font l'entreprise !

REDEX EN QUELQUES CHIFFRES

1949	70 M€	380
DATE DE CRÉATION	CHIFFRE D'AFFAIRES (2019)	NOMBRE DE COLLABORATEURS

AU CŒUR DE L'ENGAGEMENT DE REDEX : LE BIEN-ÊTRE ET L'INCLUSION DES COLLABORATEURS

ENCOURAGER LA FÉMINISATION DE L'INDUSTRIE

- REDEX Group a obtenu en 2020 la note de **81/100** à l'index d'égalité professionnelle femmes-hommes
- Mise en place d'actions spécifiques (formations diplômantes en interne, aménagements d'horaires, etc.) pour faciliter l'évolution professionnelle des collaboratrices, et lutter ainsi contre le « plafond de verre » et le « plancher collant » (absence de perspective d'évolution professionnelle vécue par les femmes)
- Interventions régulières de Sylvie Grandjean auprès de jeunes filles en situation de décrochage scolaire, pour les encourager à aller vers des métiers techniques

OBJECTIF 2022 Obtenir la note de 83/100 à l'index d'égalité professionnelle femmes-hommes

ACCOMPAGNER L'INSERTION PROFESSIONNELLE DES JEUNES

- Intervention de REDEX dans les lycées professionnels pour promouvoir la diversité des métiers dans l'industrie
- Accueil chaque année de **classes de 3e en réorientation**
- Plusieurs collaborateurs sont impliqués dans les structures de formation (membre de jury d'accréditation, professeurs, formateur, etc.)

> Aujourd'hui, il est essentiel que les jeunes se retrouvent dans l'industrie, afin d'y diversifier les profils en termes de mixité sociale, de parcours scolaires, de genre, qui sont de véritables atouts pour une entreprise » SYLVIE GRANDJEAN

REDEX ET SES ENGAGEMENTS PLURIELS

1 MÉCÉNAT

- Depuis 2013, REDEX soutient régulièrement le **château de Fontainebleau** et son Festival de l'histoire de l'art
- REDEX est fondateur de l'**Usine Extraordinaire**

> Sous l'initiative de Bruno Grandjean, nous avons mené collectivement l'opération Usine Extraordinaire, tenue au Grand Palais en 2018, pour mettre en valeur auprès des jeunes publics la beauté d'une usine et la passion des industriels. Un franc succès du collectif ! » SYLVIE GRANDJEAN

1 OBJECTIF 2022
Poursuivre les actions de mécénat et de sponsoring pour développer le territoire et l'industrie

2 DURABILITÉ DANS LA CHAÎNE ÉCONOMIQUE

- **Charte** signée par tous les partenaires de REDEX sur l'éthique du travail
- L'offre de REDEX - produits et solutions - est **100% "Made in Europe"**
- Sylvie Grandjean est membre du Conseil d'Administration de l'**Université d'Orléans**

2 OBJECTIF 2022
Continuer d'agir sur le territoire par des engagements bénévoles

3 ENVIRONNEMENT

- Les différents bâtiments de l'entreprise sont **éco-conçus** pour éviter la perte d'énergie
- Pratique de l'**éco-pâturage**, solution écologique à l'entretien des espaces verts de REDEX

> REDEX a mis en place il y a 15 ans une déchetterie pour recycler tous les déchets produits par l'usine, une vision de longue date pour minimiser l'impact environnemental en amont de la législation »
> SYLVIE GRANDJEAN

3 OBJECTIF 2022
Accroître les actions pour réduire l'impact environnemental de REDEX



BÉNÉDICTE MERCIER
CO-PRÉSIDENTE

“UNE ENTREPRISE DOIT ÊTRE ENGAGÉE POUR SES CLIENTS, SES SALARIÉS ET SON TERRITOIRE"

—Quelle est la valeur phare de Sodebo ?
Améliorer la vie de nos consommateurs et développer nos collaborateurs : voilà le fil conducteur de toutes nos décisions.

— Quelle est votre vision de l'engagement ?
Le goût pour la qualité produit et la recherche de la satisfaction du consommateur ont toujours fait partie de notre ADN. Faire mieux chaque jour, voilà ce qui guide notre réflexion et celle de nos équipes. Une entreprise engagée doit connaître et comprendre ses clients, réussir à mettre ses collaborateurs dans les meilleures conditions afin qu'ils puissent s'engager pleinement dans cette aventure, tout en impliquant son écosystème (fournisseurs, territoire, etc.).

—Quel est le moteur de Sodebo pour avancer en matière d'engagement ?
Une entreprise engagée doit garder un cap, engager ses collaborateurs et réussir à engager ses fournisseurs. Allier confiance, respect, proximité et plaisir dans les relations quotidiennes avec ses collaborateurs, ses fournisseurs et ses clients permet d'embarquer et d'avancer collectivement tout en prenant soin de chaque individu.

—Pourquoi, selon vous, peut-on dire des ETI qu'elle sont « engagées par nature » ?
Les valeurs familiales sont intrinsèques à beaucoup d'ETI : avec mes deux sœurs (Patricia Brochard et Marie-Laurence Gouraud), nous co-présidons aujourd'hui l'entreprise créée par mes parents. La vision à long terme, la proximité avec les collaborateurs, les relations pérennes avec les clients et les fournisseurs mais aussi un ancrage fort sur le territoire font que les ETI sont par nature engagées. Le fait que nous co-présidions l'entreprise constitue également un élément clé au service de l'engagement de l'entreprise.

SODEBO EN QUELQUES CHIFFRES

1973	428 M€	2 500
DATE DE CRÉATION	CHIFFRE D'AFFAIRES (2020)	NOMBRE DE COLLABORATEURS

AU CŒUR DE L'ENGAGEMENT DE SODEBO : LE BIEN-ÊTRE ET L'INCLUSION DES COLLABORATEURS

DÉVELOPPER LES FEMMES ET LES HOMMES

- Permettre à chaque collaborateur de trouver sa place au sein de Sodebo selon son parcours de vie
- **Plus de 100 métiers** réunis sur un seul et même site : boulanger, charcutier, graphiste, agent de sûreté, laborantin, etc.
- Des formations **100% intégrées, personnalisées et diplômantes** sur des postes d'opérateurs spécialisés (production, nettoyage)

APPORTER LE MAXIMUM DE STABILITÉ POUR TRAVAILLER EN TOUTE SÉRÉNITÉ

- Faciliter la vie des collaborateurs : crèche sur site, conciergerie, restauration d'entreprise, etc.

PARTAGER COLLECTIVEMENT LES RÉSULTATS

- Une politique d'intéressement-participation qui vise à verser **2 mois de salaire** à chacun de nos collaborateurs

“Une entreprise doit permettre de développer ses apprentissages et son autonomie tout au long de sa carrière ”
BÉNÉDICTE MERCIER

PLACER LES JEUNES AU CŒUR DE L'ENTREPRISE 100 STAGIAIRES ET ALTERNANTS CHAQUE ANNÉE.

- **60%** des contrats d'alternance sont pérennisés dans l'entreprise
- Contribution à la mise en place d'un **programme régional « entreprise-élève »** d'orientation et d'accompagnement pour les classes de 4ème

OBJECTIF 2022
- Développer les parcours de mobilité et de montée en compétences au service de l'ascenseur social.
- Féminiser davantage certains métiers (ex : agents de sûreté).

SODEBO ET SES ENGAGEMENTS PLURIELS

1 ENVIRONNEMENT

- Fabrication de matières premières (charcuteries, pains, pâtes et sauces) pour maîtriser la qualité et la fraîcheur de nos produits, et réduire le nombre d'additifs
- Réduire notre impact environnemental grâce à l'optimisation des circuits de livraison (réduction de **198T de gaz à effet de serre** entre 2017 et 2019), et l'utilisation d'un carton certifié FSC® pour soutenir la gestion responsable des forêts

2 MÉCÉNAT

- Depuis 2011, la Fondation d'entreprise Sodebo soutient en moyenne **100 projets/an** autour d'un axe : améliorer la vie de chacun par la santé, le travail et la vie locale.

3 DURABILITÉ DANS LA CHAÎNE ÉCONOMIQUE

- Sodebo est l'un des fondateurs de **La Note Globale**, 1er indicateur qui évalue la performance sociétale (ex : nutrition, santé humaine) des produits alimentaires
- Engagement en faveur du bien-être animal avec le passage à **100% d'approvisionnement en œufs de poules élevées au sol** d'ici 2023

1 OBJECTIF 2022	2 OBJECTIF 2022	3 OBJECTIF 2022
Internaliser le maximum de nos savoirs faire pour une alimentation plus saine	Contribuer à vivre mieux	Faciliter l'accès du consommateur aux informations relatives à la traçabilité de nos produits

CONCLUSION

LES ETI, SOURCES D'INSPIRATION EN MATIÈRE D'ENGAGEMENT

De l'ensemble de cette étude sur les différentes formes d'engagement des ETI, un élément central permet de prendre conscience de la spécificité de ces entreprises lorsqu'elles s'engagent : l'importance et la puissance du collectif.

En effet, pour tous les dirigeants d'ETI, l'engagement ne se vit pas seul, il n'est pas un choix personnel, mais bien l'expression de la proximité qui les relie à leurs collaborateurs, à leurs parties prenantes et à leurs territoires. L'ancrage familial et territorial des ETI crée cet engagement sincère, naturel et authentique qui n'a pas attendu d'y être obligé par le cadre légal et réglementaire ou par l'opinion publique pour s'exprimer.

Pour autant, à l'origine de cette dynamique d'engagement, il y a l'implication personnelle du dirigeant, une forme de volontarisme, s'appuyant sur des valeurs qui sont le propre de cette catégorie d'entreprises : la vision de long terme, la préoccupation constante du bien-être des collaborateurs, la valorisation des innovations collectives et individuelles comme sources d'amélioration permanentes des savoir-faire et des expertises...

C'est sur ce socle que repose l'ETI engagée, dont ce rapport se fait l'écho.

Tout l'enjeu désormais est de reconnaître les formes particulières que prend l'engagement des ETI afin d'en préserver l'authenticité, de les encourager par des incitations qui respectent la temporalité de ces entreprises pour lesquelles la projection sur le long terme est une clé de développement et de ne pas brider leurs initiatives avec des obligations légales dont la surenchère et le formalisme, tant au plan national qu'européen, risquent d'être contre-productifs.

La transformation culturelle à l'œuvre dans le monde économique - plus responsable, plus durable, plus engagé - passe par les ETI. Elles ont ce supplément d'âme cultivé sur le long terme, qui leur permet de se projeter naturellement dans un monde plus inclusif et plus soutenable.





meti
MOUVEMENT DES ENTREPRISES DE TAILLE INTERMÉDIAIRE
LES ENTREPRISES DE LONG TERME

www.m-eti.fr

Equanity
BUILD SOLIDARITY

www.equanity.com