



# **RAPPORT SOCIAL & ENVIRONNEMENTAL**

## **2024**

# SOMMAIRE

Édito 4

## **Partie 1** Les convictions et la stratégie RSE d'Azulis Capital 6

- 1.1. Nos chiffres clés 8
- 1.2. Nos valeurs 9
- 1.3. Notre équipe 10
- 1.4. Notre trajectoire RSE 12
- 1.5. Notre stratégie 13
- 1.6. Notre méthodologie : les Objectifs de Développement Durable 14
- 1.7. Nos engagements 16
- 1.8. Interview du comité RSE 18

## **Partie 2** La RSE en actions au sein des entreprises en portefeuille 20

- 2.1. Déploiement de nos Essentiels 22
- 2.2. Témoignages d'accompagnement 24

---

## **Partie 3** Focus sur les entreprises

**28**

Advans	30
Destia	32
Eksaé	34
Euradif	36
Fidel Fillaud	38
Frio	40
Green Family	42
Ital Passion	44
Jordenen	46
Laboutiqueofficielle.com	48
La Phocéenne de Cosmétique	50
Orsys	52
Wichard	54

## **Partie 4** Données extrafinancières consolidées

**56**

4.1.	KPIs environnementaux	58
4.2.	KPIs sociaux	60
4.3.	KPIs de gouvernance	63
4.4.	Principales incidences négatives (PAI)	65
4.5.	Impact et dépendance Biodiversité	66

# ÉDITO

## Défendre une approche incarnée, pragmatique et ambitieuse de la RSE



**Astrid Cloarec**  
Directrice Associé



**Pierre Jourdain**  
Président du Directoire

La responsabilité sociale et environnementale est historiquement au cœur des convictions et de l'approche d'investissement d'Azulis. Parce que nous nous sommes construits autour de valeurs telles que l'humanisme et la responsabilité, parce que nous avons fait de l'accompagnement des PME et des ETI le cœur de notre stratégie, et parce que nous croyons en une croissance durable, responsable et partagée, nous avons mis en place une politique RSE forte et engagée, incarnée et exigeante, tout à la fois globale et sectorielle.

Dans un contexte d'urgence climatique, de montée des enjeux sociaux et d'évolution du contexte réglementaire, nous avons décidé en 2023 de donner à ces engagements une nouvelle dimension. Cette nouvelle étape s'est concrétisée, en interne, par la création d'un comité RSE dont la principale mission est de nous permettre d'accélérer la transformation durable de nos affiliés. Cette structuration fait écho à notre volonté



d'incarner nos ambitions RSE et de les faire vivre au quotidien, non seulement au sein d'Azulis mais aussi et surtout dans l'accompagnement que nous proposons à nos partenaires. Nous avons aussi fait le choix, pour accompagner notre démarche, de nous appuyer sur des expertises externes pour renforcer et élargir nos compétences.

Auprès de nos affiliés, cette nouvelle ambition se traduit progressivement par l'élaboration d'une trajectoire concrète et réaliste de décarbonation pour chaque entreprise et par la réalisation d'un bilan carbone pour les entreprises qui ne l'avaient pas encore fait. Cette notion de trajectoire est fondamentale dans notre approche. Face à des enjeux tels que la décarbonation, la préservation de la biodiversité ou encore le soutien au « made in France », nous sommes convaincus de la force et de la pertinence d'une démarche d'amélioration continue. Notre rôle est d'accompagner nos affiliés dans cette transformation, dans une relation reposant sur la confiance, la co-construction,

l'engagement et l'implication de tous. L'ampleur des défis environnementaux et sociaux auxquels nos sociétés sont confrontées, et la conviction que les entrepreneurs, les dirigeants et les investisseurs ont un rôle central à jouer dans les réponses qui y sont apportées, nous confortent dans notre volonté d'être des acteurs de premier plan de la transformation durable. Cette volonté signifie à la fois d'aller encore plus loin dans nos exigences en termes de RSE, d'élargir nos champs d'action en accordant une attention soutenue à des enjeux tels que la préservation de la biodiversité, mais aussi de contribuer activement aux réflexions en cours au sein de notre secteur pour défendre notre approche de la responsabilité et de la croissance pérenne. Nous sommes désormais prêts pour aborder une nouvelle phase, toujours plus globale, encore plus structurée, de notre action.



1

# **LES CONVICTIONS & LA STRATÉGIE RSE D'AZULIS CAPITAL**



**« Notre stratégie d'investissement repose sur la construction d'une relation étroite et de long terme avec les entrepreneurs que nous accompagnons. Cette relation est fondée sur le dialogue et la transparence en cohérence avec nos valeurs de durabilité et de proximité, nos engagements et nos principes éthiques. Nous favorisons le développement de nos affiliés dans une croissance pérenne et soutenable, et encourageons le déploiement d'une démarche RSE pragmatique et transformante. »**

Acteur de référence du capital investissement en France, Azulis est une société de gestion indépendante détenue par ses associés. Nous accompagnons les PME et ETI à fort potentiel en leur apportant fonds propres et partenariats afin d'accélérer leur croissance, leur performance ou encore

faciliter leur transmission. Notre démarche s'inscrit dans un cadre de responsabilité avec l'ambition d'atteindre une croissance pérenne, responsable et partagée. Azulis Capital est agréée par l'Autorité des marchés financiers, membre de France Invest et d'Invest Europe.

## 1.1 - Nos chiffres clés

# 1 Md€

investis depuis 1993

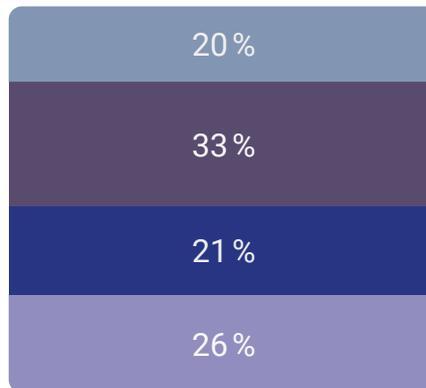
# 280 M€

taille du dernier fonds  
en cours d'investissement

# 130

entreprises  
accompagnées

Des expertises sectorielles fortes, se traduisant par une politique d'investissement équilibrée et résiliente face aux aléas conjoncturels :



- Agroalimentaire
- Industrie & Services aux entreprises
- Nouvelles tendances de consommation
- Santé & Services à la personne

Un savoir-faire unique sur les opérations de « buy and build » (4 opérations en moyenne par entreprise accompagnée)

# 2 280

emplois créés entre 2014 et 2023 dans 33 entreprises

# - 16 %

Réduction de l'intensité carbone sur 24 entreprises accompagnées

### Investissement

Prise de participation majoritaire aux côtés du management ou participation minoritaire active (capital développement, reclassement)

### Taille

Valeur d'entreprise de 20 à 120 M€  
Apport en capital de 10 à 40 M€

### Durée d'investissement

Entre 4 et 7 ans



## 1.2 - Nos valeurs

### Partenariat

Nous accompagnons des projets entrepreneuriaux et de croissance. Nous sommes au service de nos dirigeants pour accélérer leur développement. L'approche sectorielle de l'équipe permet d'échanger avec nos participations de manière pragmatique et de mieux appréhender les problématiques et enjeux liés à leur secteur.

### Durabilité

Nous privilégions des stratégies de croissance interne et externe, visant à renforcer les positions des entreprises sur leurs marchés et susceptibles de leur donner une dimension plus internationale. Nous limitons l'effet de levier de la dette dans les montages financiers afin de préserver les capacités de développement de l'entreprise et la réalisation de trajectoires de progrès RSE.

### Proximité - Simplicité

Nous sommes convaincus que le métier d'investisseur en capital est un travail d'équipe. Toutes nos décisions d'investissement sont prises de manière collégiale et solidaire et nous veillons à ce que chacun des membres de l'équipe d'Azulis puisse s'exprimer et s'épanouir dans l'exercice de son métier.

### Professionnel - Engagé

Nous veillons à respecter des principes de responsabilité et d'éthique en développant des relations de confiance, de respect et de transparence avec nos investisseurs, nos affiliés et nos partenaires. La gouvernance d'Azulis Capital s'appuie sur des règles et des processus stricts de décision ainsi que sur plusieurs comités de contrôle et d'échange, en particulier sur les enjeux RSE.



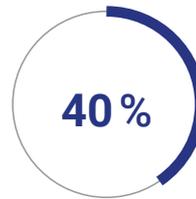
**« Nous allions une expérience approfondie de tous les aspects de l'investissement à des expertises sectorielles (agroalimentaire, industrie & services aux entreprises, nouvelles tendances de consommation, santé & services à la personne). Cette double approche nous permet d'investir dans des entreprises « plateformes » ayant pour point commun la capacité de devenir des champions français notamment en mettant en oeuvre une stratégie « buy and build ». »**

### 1.3 - Notre équipe

L'équipe d'Azulis Capital réunit 10 professionnels de l'investissement en non coté, épaulés par une équipe support/middle office composée de 4 personnes. Par la variété de leurs parcours et de leurs expertises, les membres de l'équipe d'Azulis ont développé des savoir-faire thématiques et sectoriels qui représentent le fondement d'une relation de confiance et de transparence avec les entrepreneurs et les intermédiaires.



des collaborateurs intéressés aux résultats de la société de gestion (participation et intéressement)



de femmes



des collaborateurs ayant accès au « carried interest »

Nous attachons une grande importance à la montée en compétences de nos collaborateurs afin de favoriser l'évolution de leur plan de carrière. Pour l'entreprise, c'est capitaliser sur des talents internes qui permettent son

expansion. Une attention particulière est bien entendu portée aux sujets relatifs à la RSE, pour lesquels nous nous appuyons sur l'expertise de partenaires externes.

Au travers d'entretiens réguliers, nous veillons au bien-être des membres de notre équipe et nous nous assurons que chacun puisse mener sa carrière professionnelle selon ses ambitions, en préservant l'équilibre entre vie privée et vie personnelle.



Nous alignons la rémunération de nos salariés sur nos convictions en intégrant des critères ESG dans la rémunération variable de chacun d'entre eux.

Nous sommes également engagés dans des initiatives propres qui sont le reflet de valeurs sociales et environnementales fortes :

/ Les membres de l'équipe participent chaque année aux phases régionales et nationales de Créadie, un concours initié en 2007 avec l'Adie, qui récompense des créateurs d'entreprises exclus du marché du travail et qui n'ont pas accès au crédit bancaire classique.

/ Nous avons initié en 2022 une démarche de compensation carbone avec l'association Terre & Cité, qui œuvre pour la préservation d'un espace agricole et naturel unique aux portes de Paris : le plateau de Saclay. Nous participons à un programme de plantation de haies de 10 kilomètres, à réaliser sur cinq ans, qui nous permettra à terme de compenser l'intégralité de nos propres émissions carbone (de l'ordre de 70 tonnes de CO<sub>2</sub> par an).



## 1.4 - Notre trajectoire RSE



\*Notes 2024 : 85 (Gouvernance, Politique et Stratégie ESG), 88 (direct - Private equity)

## 1.5 - Notre stratégie

Les entreprises sont au cœur des grands enjeux sociétaux. Leur implication environnementale, sociale et politique sur l'évolution et la transformation de notre monde est majeure. Elles présentent de réels

leviers de transformation dans la perspective de création de valeurs économique, sociale et écologique durables. En tant qu'investisseur responsable au capital des entreprises, nous partageons toutes leurs responsabilités.

À ce titre, notre ambition RSE consiste à les accompagner dans le déploiement de leur projet en nous inscrivant dans une perspective de recherche de durabilité, d'utilité et de justice sociale et écologique.

### Globale

en répondant à tous les aspects de la responsabilité sociale et environnementale des entreprises.

### Pragmatique

en fixant des objectifs concrets et clairement définis, alliant ambitions RSE, croissance, performance et prise en compte des moyens financiers et humains de l'entreprise.

### Sectorielle

en intégrant les spécificités et les enjeux propres à chaque secteur d'activité.

### Exigeante

en fixant des ambitions et des objectifs à même d'avoir un réel impact social et environnemental et en étant transparent, critique et vigilant dans le cadre d'une gouvernance ouverte et claire.

### Incarnée

car portée de manière dynamique par tous les membres de l'équipe Azulis afin de transmettre et partager notre mission au sein de tout notre écosystème.

**« Notre approche repose sur le dialogue et la réflexion commune avec nos affiliés, nos partenaires et, de manière plus large, avec notre secteur pour redéfinir des notions comme celles de croissance et de performance durable ou encore nous interroger sur la transformation nécessaire des modèles économiques pour viser des objectifs à la hauteur des enjeux de durabilité. »**



« Incrire la mission RSE  
d'Azulis dans un cadre global. »

## 1.6 - Notre méthodologie: les Objectifs de Développement Durable

Adoptés en septembre 2015 par les Nations unies dans le cadre de l'agenda 2030, les ODD

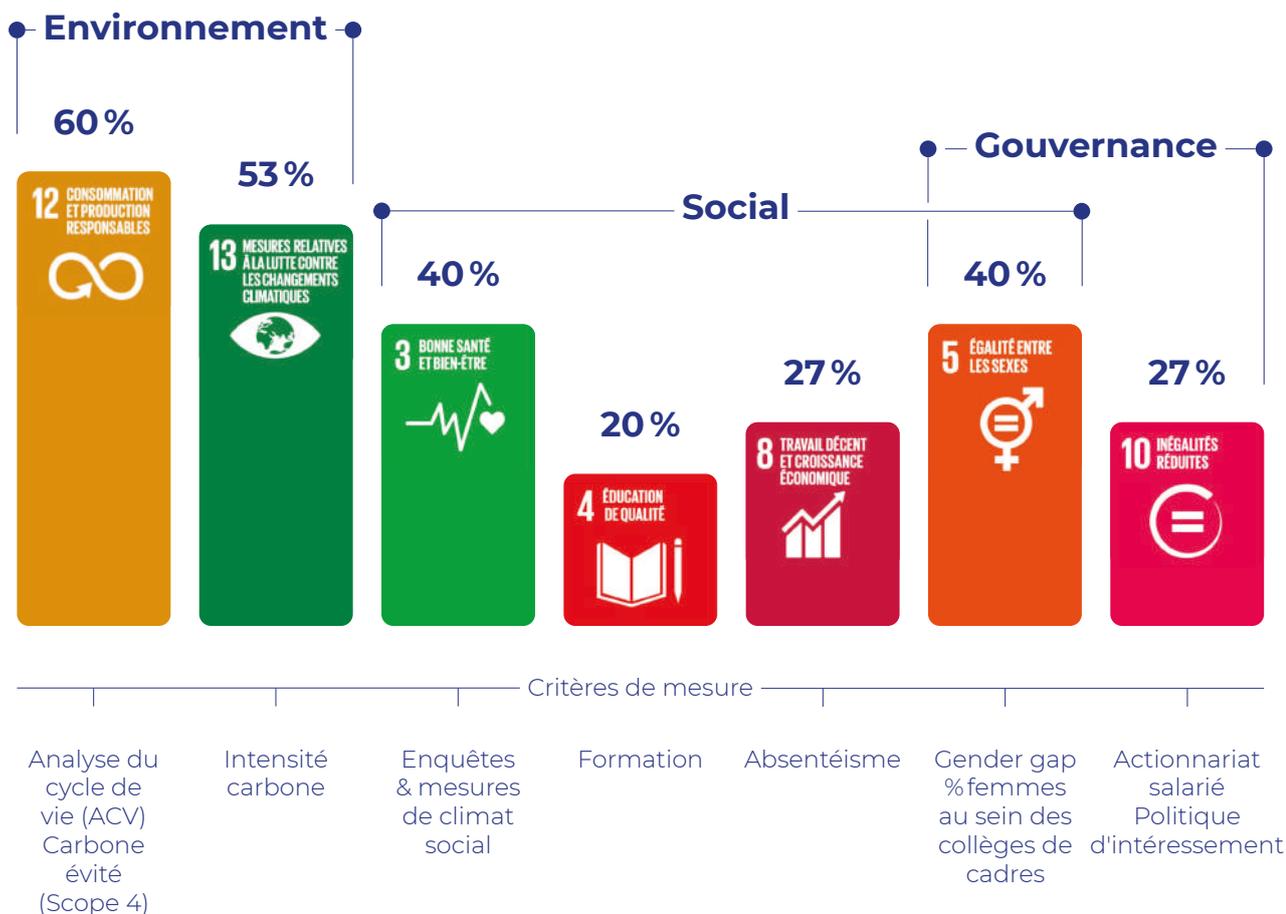
définissent 17 enjeux sociétaux majeurs qu'il est nécessaire de prendre en compte pour s'inscrire dans une perspective de recherche d'une société durable dans toutes ses composantes humaines, bioécologiques, économiques et politiques. Ce référentiel reconnu au niveau international permet aux organisations œuvrant dans des secteurs très différents d'orienter

leur transformation durable vers des objectifs concertés. Azulis Capital a ainsi fait le choix d'inscrire son action RSE en interne comme auprès de ses affiliés dans le cadre de 7 de ces ODD.



## Déploiement des ODD au sein des participations

« Azulis Capital accompagne ses participations dans le choix de leurs Objectifs de Développement Durable (ODD) prioritaires. En 2023, 93 % des entreprises affiliées ont fait leurs choix. »



## Prise en compte des contributions négatives

Les activités industrielles (y compris agroalimentaires) et de consommation sont consommatrices de ressources et d'énergie (ODD 12), émettrices de GES (ODD 13) et génèrent à ce titre des impacts négatifs qui ralentissent l'atteinte des ODD en question.

Les activités de services aux entreprises ou de services à la personne peuvent potentiellement avoir un impact négatif sur les ODD 3 et 8.

Ces contributions négatives qui touchent certains de nos affiliés sont clairement identifiées et font l'objet d'une attention particulière dans le cadre de la démarche RSE déployée par ces mêmes entreprises.



## 1.7 - Nos engagements

### Sensibiliser et mettre en place notre démarche RSE auprès des entreprises

Nous favorisons la croissance durable de nos affiliés. Nous intégrons les enjeux et bonnes pratiques RSE pendant les phases d'évaluation de préinvestissement, d'accompagnement et de transformation ainsi que de cession, via des actions concrètes :



### Limiter notre impact sur l'environnement et participer à sa protection

Nous accompagnons nos affiliés dans leur transformation pour s'aligner sur les objectifs de l'Accord de Paris, visant à limiter le réchauffement climatique à 2°C à horizon 2050. Réaliser un bilan carbone est une étape essentielle pour y parvenir en identifiant les principaux postes d'émissions, puis pour ajuster le mode de production de ces dernières en cohérence avec les objectifs de l'Accord de Paris.

Nous accompagnons tous nos affiliés dans le calcul de leur propre bilan depuis 2016 en encourageant l'adoption des bonnes pratiques qui en découlent. Une première étape, brique essentielle de l'accompagnement systématique de nos participations que nous avons mis en place depuis cette année, dans la définition et le suivi d'une trajectoire de réduction de leur impact carbone.



## Favoriser l'emploi, la diversité et l'égalité des chances

La rapide transformation du monde du travail, en particulier sous l'effet du déploiement de nouvelles technologies, nécessite une réflexion globale sur l'accès à un emploi pérenne. La formation continue est un instrument essentiel permettant aux salariés de se tenir à jour et d'évoluer professionnellement. Dans ce contexte de mutations constantes, la diversité est une réponse forte et concrète aux enjeux de transformation des entreprises en enrichissant les compétences, les expertises et les points de vue.

Au sein d'Azulis Capital, nous soutenons le développement de plans de formation en faveur du développement de carrière des salariés de nos affiliés. Nous encourageons nos entreprises partenaires à adopter des valeurs d'inclusion et de parité.



## Promouvoir le partage de la valeur

Nous portons une attention particulière à l'indicateur d'écart de rémunération, qui est un des facteurs reconnus de dégradation du climat social des entreprises.

**Quatre entreprises sur cinq proposent à tout ou partie de leurs salariés un programme d'accès au capital.**



## Encourager et participer au développement et à l'harmonisation des meilleures pratiques en matière de RSE dans le capital investissement

Nous sommes engagés en faveur de l'harmonisation des meilleures pratiques en matière de responsabilité sociétale et environnementale dans le capital investissement. Nous sommes signataires des PRI, de l'iC International et de la charte de France Invest sur le partage de la valeur. Outre notre engagement au sein d'associations professionnelles, nous participons à de nombreux groupes de travail, notamment au sein de la Commission « Sustainability » de France Invest. Ces échanges favorisent le partage de bonnes pratiques RSE et assurent la qualité de notre accompagnement auprès de nos affiliés.

## 1.8 - Interview du comité RSE



### Comité RSE: Le visage d'une démarche incarnée, proactive, qui se veut la plus impactante possible

**En tant qu'investisseur au capital de PME et de petites ETI souvent familiales, Azulis doit réaliser un important travail de sensibilisation et d'adhésion à une démarche RSE largement partagée et créatrice de valeur pour l'ensemble des parties prenantes. Comment la société de gestion y parvient-elle ? Depuis 2023, la *task force* RSE, chargée jusque-là d'animer la démarche ESG d'Azulis, s'est élargie à un Comité RSE intégrant l'ensemble de l'équipe d'investissement. Rencontre avec Astrid Cloarec, Donatien Noyelle, Timothée de Vargas et Ombeline Van Isacker.**



**Astrid Cloarec**  
Directrice Associée



**Donatien Noyelle**  
Secrétaire Général



**Timothée de Vargas**  
Contrôleur Financier



**Ombeline Van Isacker**  
Analyste

**Le comité RSE d'Azulis a été créé en 2023. Quel est son rôle ?**

**Astrid Cloarec :** L'ambition de ce comité est d'incarner encore plus notre démarche RSE et d'aller plus loin dans sa structuration et son déploiement. Sa création répond à trois objectifs : renforcer le partage d'expériences et de bonnes pratiques pour une collaboration plus étroite entre notre équipe et notre communauté d'entrepreneurs, mieux appréhender l'interdépendance entre les objectifs que se fixe chacune de nos entreprises et nos engagements vis-à-vis de nos investisseurs, accélérer notre accompagnement en matière de décarbonation. Il se réunit tous les trimestres.

**Timothée de Vargas :** Cette notion de partage d'expériences et de bonnes pratiques est fondamentale. Non seulement parce que l'environnement réglementaire est en pleine mutation et que nous avons le devoir d'évoluer pour y répondre, mais aussi parce que notre accompagnement RSE se construit au travers d'une approche sur mesure.

Nous accompagnons des PME et ETI avec un horizon d'investissement assez long. Nous avons donc à cœur de définir des ambitions et des stratégies RSE adaptées à chacun de nos affilés en prenant en compte ses spécificités, ses contraintes, ses objectifs. La politique RSE d'Azulis est portée par chacun des membres de l'équipe, aussi bien du côté investissement que du côté finance. Il nous a donc semblé important d'accorder une place importante au partage et à la discussion dans notre approche.

**Vous avez récemment décidé d'appuyer cette expertise interne par des compétences externes. Pour quelles raisons ?**

**Donatien Noyelle :** Effectivement, outre les retours d'expérience des directeurs d'investissement, nous bénéficions aussi de l'expertise d'externes. C'est le cas par exemple de Mazars qui nous accompagne étroitement sur les aspects réglementaires, ou encore de Blunomy, un cabinet d'ingénieurs spécialistes de la décarbonation, avec qui nous venons de débiter une collaboration pour renforcer

l'accompagnement de nos entreprises. Ces expertises nous permettent d'être plus ambitieux dans notre stratégie RSE et de proposer à nos affiliés des partenaires pertinents et efficaces, que ce soit pour bien se préparer aux nouvelles obligations réglementaires qui vont leur incomber, ou définir et suivre une trajectoire de réduction de leur impact environnemental.

**Cela rejoint deux leitmotivs de votre stratégie RSE : pragmatisme et exigence.**

**Ombeline Van Isacker:** Ce sont des points clés de notre approche, deux principes fondamentaux et complémentaires. Nous avons à coeur d'accompagner nos affiliés dans des démarches réalistes et opérationnelles, telles que la réalisation d'un bilan carbone puis la définition d'une trajectoire de décarbonation. Cet accompagnement se traduit par l'accent mis sur les indicateurs, qui permettent de mesurer et de suivre précisément les performances environnementales et sociales de chaque entreprise. Ce pragmatisme n'exclut pas l'exigence, au contraire. Nous souhaitons, en partenariat avec les dirigeants des entreprises avec qui nous travaillons, fixer des objectifs qui puissent faire la différence et avoir un réel impact. Nous nous appliquons cette même rigueur à nous-mêmes, en nous formant en permanence sur les grands enjeux RSE, tels que l'entrée en application de la CSRD ou encore l'évolution des normes de la SBTi, une des initiatives les plus reconnues et exigeantes en matière de trajectoire de décarbonation pour les entreprises.

**D'où la singularité de votre démarche que vous souhaitez à la fois globale et sectorielle...**

**Donatien Noyelle:** Nous avons voulu que notre démarche soit globale parce qu'elle couvre la totalité du spectre des enjeux RSE. Notre approche donne une grande place à la trajectoire carbone de nos affiliés avec pour objectif que chacun d'entre eux puisse la réaliser, quels que soient la taille ou le secteur des entreprises concernées. Cependant, nous n'oublions pas les autres pans de l'ESG, avec la mise en place de partage de la valeur au sein de nos affiliés, d'analyse de leur impact sur la biodiversité ou encore avec l'accompagnement d'une société à mission.

**Astrid Cloarec:** L'aspect sectoriel de notre approche fait écho au pragmatisme que nous venons d'évoquer. Toute stratégie RSE doit être remise dans un contexte. Nous savons nous adapter en fonction des secteurs d'activité de nos affiliés. Par exemple, dans le secteur de l'agroalimentaire, les priorités sont centrées sur les enjeux environnementaux et la biodiversité tandis que, dans le secteur industriel, nous concentrons nos efforts communs avec les dirigeants sur la réduction des émissions carbone. En connaissant

les besoins spécifiques sectoriels, nous nous assurons de déployer des solutions adaptées aux réalités du terrain, tout en maintenant une cohérence globale sur la trajectoire carbone.

**Nous l'avons vu, une des forces d'Azulis est son approche incarnée de la RSE. Pourquoi cette volonté?**

**Ombeline Van Isacker:** Nous veillons à ce que notre démarche RSE soit incarnée par l'ensemble de nos équipes, non seulement par conviction mais aussi parce que nous nous adressons à des PME et ETI qui ne disposent pas toujours des ressources et des connaissances pour évoluer dans un environnement RSE de plus en plus complexe et réglementé. Pour les accompagner au mieux dans leur trajectoire, nous devons être capables d'expliquer et décrypter cet environnement. Nous faisons de la RSE « de terrain », et cela passe par la mise en place d'une relation de confiance et d'expertise avec nos affiliés.

**Donatien Noyelle:** Une partie de cette confiance repose sur l'exemplarité que nous essayons de mettre en place au sein d'Azulis en nous appliquant à nous-mêmes les ambitions RSE de décarbonation, de partage de la valeur ou encore de réduction de l'impact. Mais aussi en nous investissant dans des projets locaux ou très concrets comme ceux de Terre & Cité, l'association présente sur le plateau de Saclay qui cherche à valoriser et à préserver un espace agricole et naturel unique aux portes de Paris, ou encore l'Adie. Dans le cas de l'Adie, sa mission – financer des microentreprises – fait largement écho à notre propre activité.

**Astrid Cloarec:** J'ajouterais qu'incarner la RSE passe aussi, pour nous, par une contribution active aux réflexions de notre secteur. C'est la raison pour laquelle nous participons à différents groupes de travail de la commission « Sustainability » de France Invest : biodiversité, réglementaire, M&A (Mergers and Acquisitions). Cette participation nous permet de mettre à jour nos connaissances mais aussi de faire entendre notre voix au sein de notre écosystème.

**Timothée de Vargas:** Ce point est très important, car Azulis est porté par des valeurs humaines et la conviction que la responsabilité des entreprises contribue à la création d'une croissance pérenne et durable. Cette conviction nous anime au quotidien et, avec la création de ce comité RSE, nous nous donnons les moyens de la faire vivre, en interne, auprès de nos affiliés et au sein de notre écosystème en général.



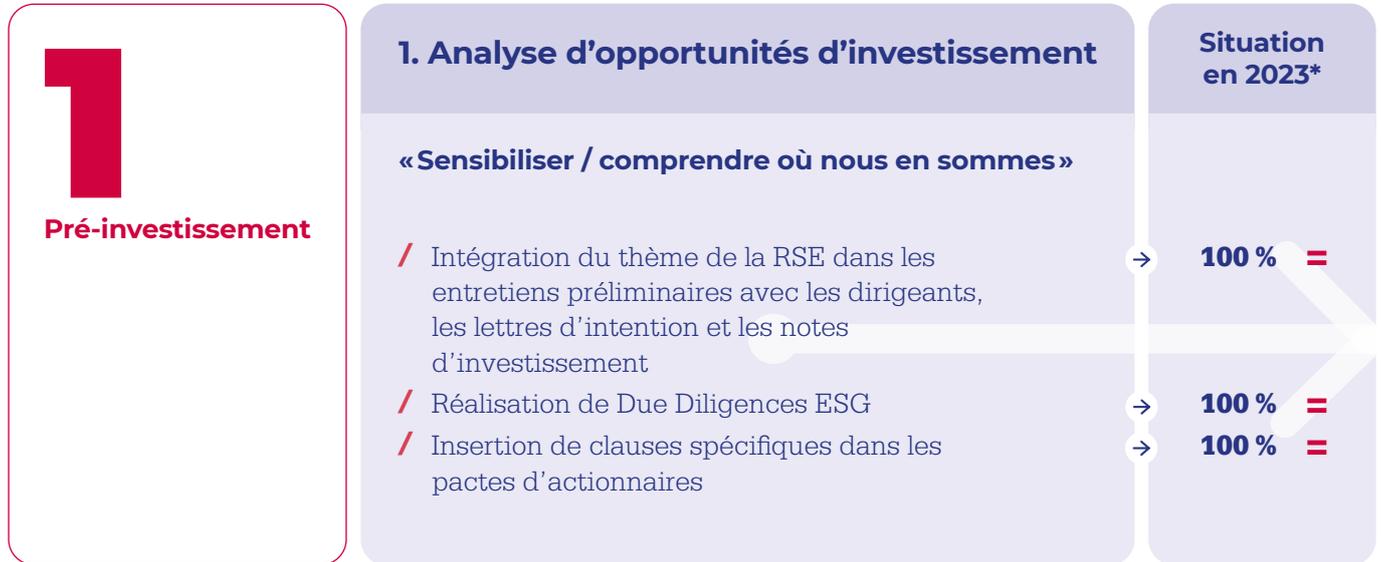
# **LA RSE EN ACTION** **AU SEIN DES** **ENTREPRISES EN** **PORTEFEUILLE**



**« Nos Essentiels de l'investissement responsable constituent un ensemble d'actions, liées aux enjeux environnementaux, sociaux et de gouvernance, qui structurent chacune des phases de préinvestissement, d'investissement et de cession que nous menons. Ces Essentiels nous permettent de suivre l'intégration des bonnes pratiques RSE et la mise en action de notre stratégie durable au sein de nos affiliés. Les données associées démontrent notre impact concret sur les entreprises que nous accompagnons. »**

## 2.1 - Déploiement de nos Essentiels

Notre démarche RSE se déploie dans toutes les phases de notre métier



# 2

Phase  
d'investissement

## 2. Accompagnement et transformation

Situation  
en 2023\*

« Agir sur la durée »

### I. DÉPLOIEMENT DE NOS « ESSENTIELS »

#### Comprendre et s'organiser

- |   |   |             |   |
|---|---|-------------|---|
| / Réalisation d'un diagnostic RSE post opération      | → | <b>87 %</b> | ↗ |
| / Nomination d'un référent RSE                        | → | <b>93 %</b> | ↗ |
| / Nomination d'au moins un administrateur indépendant | → | <b>40 %</b> | ↘ |

#### Agir (Opérationnalité, matérialité des impacts)

- |   |   |             |   |
|---|---|-------------|---|
| / Mesure de l'empreinte GES                     | → | <b>87 %</b> | ↗ |
| / Définition d'une trajectoire de décarbonation | → | <b>47 %</b> |   |
| / Enquête de climat social                      | → | <b>67 %</b> | ↗ |
| / Élaboration d'un plan d'action RSE            | → | <b>87 %</b> | ↘ |

#### Suivre et dire

- |   |   |             |   |
|---|---|-------------|---|
| / Intégration de la RSE à l'agenda des Comités Stratégiques | → | <b>87 %</b> | ↗ |
| / Code de gouvernance ou charte éthique                     | → | <b>47 %</b> | ↗ |
| / Collecte d'informations KPIs et feedback                  | → | <b>93 %</b> | = |

### II. APPROFONDISSEMENT DE LA DÉMARCHE

- / Échanges réguliers sur l'exposition aux risques, la trajectoire de décarbonation, l'enquête de climat social et le plan d'action
- / Travail sur la culture, les processus de décision et l'organisation de l'entreprise au regard des enjeux identifiés
- / Réflexion et intégration des démarches RSE innovantes spécifiques au secteur d'activité de l'entreprise
- / Analyse des risques à long terme sur le business model de l'entreprise

## 2.2 - Témoignages d'accompagnement





Fabricant français de portes  
d'entrée, d'ouvrants monobloc  
et de panneaux décoratifs



## « Nous avons les bons outils pour définir une trajectoire ambitieuse et réaliste »

**Engagé très tôt dans l'amélioration de ses pratiques RSE, Euradif mène aujourd'hui une démarche active en matière de réduction d'impact, qui passe notamment par l'éco-conception des produits et la réduction des déchets. Entretien avec Cédric Juliard, Directeur Général du groupe.**



**Cédric Juliard**  
Directeur Général  
du groupe

**Pouvez-vous retracer en quelques mots l'histoire de votre politique RSE, ainsi que ses grands principes directeurs ?**

**Cédric Juliard :** La RSE figure au cœur de nos préoccupations depuis de nombreuses années, ce qui est plutôt rare pour une entreprise de la taille d'Euradif. Nous avons recruté une responsable RSE en 2022, et notre stratégie est aujourd'hui déployée autour de six piliers : la communication et la transparence, l'innovation et la digitalisation, l'implication sociale, la qualité de vie au travail, la gestion de l'entreprise, et l'environnement. Nous menons notamment une démarche active en matière d'éco-conception de nouveaux produits à plus faible impact carbone, avec des déchets en circuit fermé. Nous réalisons notre bilan carbone depuis maintenant deux ans, avec une belle progression à la clé, puisque nous avons réduit notre empreinte de 17 %.

**En tant que groupe industriel, les enjeux en termes d'impact environnemental sont évidemment cruciaux. Comment les gérez-vous ?**

**C/J :** Nous avons réalisé un audit avec pour ambition de prioriser nos objectifs en matière de réduction d'empreinte carbone. Nous travaillons par exemple en collaboration avec nos fournisseurs en menuiserie, que nous accompagnons dans le recyclage des déchets. Nous avons également procédé à des modifications au niveau de nos compresseurs, pour réaliser des économies d'énergie.

Et l'année prochaine, nous ambitionnons d'équiper l'entreprise d'ombrières de parking photovoltaïques, et nous prévoyons d'installer des capteurs sur les machines afin de suivre leur consommation. Enfin, nous innovons sans cesse et plaçons l'éco-conception au cœur du développement de nos nouveaux produits, à l'image de nos portes en aluminium. Un mot d'ordre : innover et réutiliser ! Nous avons la conviction qu'en plus de servir des objectifs environnementaux, la RSE crée du lien entre les salariés. C'est une vraie valeur ajoutée pour nos recrutements et la rétention de nos talents.

**Votre politique RSE donne une grande place à l'ancrage local ainsi qu'à la qualité de vie au travail de vos équipes. Pouvez-vous nous en dire plus sur ces points ?**

**C/J :** L'ancrage local est effectivement au cœur de nos exigences. Nos trois sites sont situés dans les Hauts-de-France et nous essayons de travailler le plus possible avec des fournisseurs situés dans le nord de la France, ainsi qu'avec des acteurs économiques locaux.

La qualité de vie au travail fait, quant à elle, partie des six axes stratégiques de notre politique RSE. Nous menons un certain nombre d'actions, parmi lesquelles un audit réalisé récemment sur certains postes de travail au sein de nos usines, avec en ligne de mire la réduction de la pénibilité de certaines tâches.

**Comment Azulis Capital vous accompagne-t-il dans votre trajectoire RSE ?**

**C/J :** L'accompagnement d'Azulis est déterminant. Leurs équipes nous ont soutenus dans la réalisation de notre audit complet, un travail qui a débouché sur une feuille de route avec des objectifs clairs et à long terme. Nous ne sommes pas poussés à l'extrême, ils sont pragmatiques. Ils nous ont apporté les bons outils pour définir une trajectoire ambitieuse et réaliste.



Concepteur et distributeur de produits cosmétiques naturels



## « Nous nous sommes engagés très tôt sur le chemin de la durabilité »

**Boussoles des fondateurs de La Phocéenne de Cosmétique dès sa création, les valeurs et convictions en matière de préservation de l'environnement sont au cœur du développement de l'entreprise. Une trajectoire RSE claire et objectivée, grâce notamment au soutien d'Azulis Capital. Entretien avec Sophie Dartois, responsable RSE et communication du groupe.**



**Sophie Dartois**  
Responsable RSE et communication du groupe

**Quels sont les grands axes de la politique RSE de La Phocéenne et la manière dont cette dernière s'ancre dans l'histoire de votre entreprise ?**

**S/D :** La RSE chez La Phocéenne est étroitement liée à sa création, en 1996, par Eric Renard et Xavier Padovani. Dès l'origine, innocuité et qualité ont été les piliers du développement des produits. La Phocéenne a d'ailleurs été pionnière sur un certain nombre de sujets. Par exemple avec notre charte de formulation, en 2017, s'engageant à garantir 95 % d'ingrédients d'origine naturelle dans les formules ou contre les tests réalisés sur les animaux. Tous nos produits sont par ailleurs fabriqués en France.

En 2022, nous avons fait un choix fort en matière de gouvernance pour une PME, avec le recrutement d'un responsable RSE. Notre stratégie est aujourd'hui bâtie autour de trois objectifs. Le premier est la diminution de l'impact de nos activités sur la nature, avec une accélération de l'éco-conception de nos formules mais aussi, et surtout, de notre packaging.

Notre deuxième axe stratégique a pour objectif d'agir de manière pragmatique sur nos filières et nos territoires pour préserver la biodiversité.

Enfin, notre troisième axe concerne nos collaborateurs et nos parties prenantes, avec qui nous travaillons main dans la main sur la transformation de nos métiers.

**Comment travaillez-vous sur la traçabilité de vos filières ?**

**S/D :** Nous réalisons la traçabilité complète de nos filières emblématiques : olivier, huile d'argan...

Nous avons récemment fait le choix, en cohérence avec notre trajectoire carbone et climat, de mesurer et noter nos produits sur les aspects sociaux et environnementaux via le Green Impact Index, l'équivalent du Nutri-Score, mais appliqué au secteur de la cosmétique. Nous évaluons ainsi les formules, la fabrication, les emballages et le transport des produits. Et sur les aspects sociaux, nous évaluons les processus de fabrication et les engagements développement durable de nos fournisseurs.

**Vous avez récemment mené deux grandes études : la mesure de votre bilan carbone et de votre empreinte biodiversité. Quelles en sont les résultats ?**

**S/D :** Le bilan carbone que nous avons réalisé nous a permis de confirmer que 90 % de notre empreinte est indirecte, liée à l'amont de notre chaîne de valeur. Cette photo à date nous a notamment permis de prioriser nos projets en fonction de leur poids carbone.

Grâce à Azulis, l'opportunité nous a également été donnée de mesurer notre empreinte biodiversité, avec la CDC Biodiversité, une pratique beaucoup plus récente que la mesure d'empreinte carbone. Nous avons ainsi récolté des données précieuses, concernant notamment notre approvisionnement en matières premières, en termes d'impact sur l'usage des sols et d'utilisation de l'eau, pour nos principales filières. Cela nous a amené à travailler sur une politique d'achats responsables et un questionnaire plus approfondis à destination de nos fournisseurs.

**Comment décrivez-vous l'accompagnement des équipes d'Azulis Capital sur ces sujets ?**

**S/D :** Les équipes d'Azulis sont très impliquées dans l'élaboration et le suivi de notre trajectoire RSE. Ils sont apporteurs d'expertise. Ils nous accompagnent également dans la structuration de notre rapport de durabilité, dans le cadre du reporting CSRD, auquel nous serons assujettis dès l'année prochaine si notre croissance continue dans la trajectoire actuelle. Un gros travail de collecte et d'analyse de données, auquel nous prenons l'habitude, grâce à Azulis !





# 3

## **FOCUS** **SUR LES ENTREPRISES**





### - Fonds concerné :

MMF 6

### - Activité :

Ingénierie externalisée

### - Localisation :

Cachan (94)

### - Chiffre d'affaires :

86 M€ (2023)

### - Effectifs :

1 056 ETP

### - Date d'investissement :

07/06/2023

### - Référents RSE :

Gilles Dupont

Lionel Carré



## Activité

Fondé en 2000, Advans est un groupe d'ingénierie externalisée spécialisé dans le domaine de l'électronique embarquée, notamment pour les marchés des semi-conducteurs, de l'énergie et du transport. Le groupe a deux activités principales : ingénierie des systèmes embarqués (c.70 % du CA) et développement logiciel (c.30 % du CA). Il met à disposition de ses clients des ingénieurs dans le cadre de projets de R&D (assistance technique ou plateaux de service).



## Moins de déplacements, et plus d'égalité

La démarche RSE d'Advans est formalisée dans une charte environnementale et de durabilité qui fixe les règles à respecter en matière (i) de respect de l'environnement et de lutte contre le changement climatique, (ii) d'éthique des affaires et (iii) du respect des droits des travailleurs et de la lutte contre la discrimination. Cette charte est discutée et mise à jour tous les ans au sein d'un comité RSE, auquel les représentants du personnel sont conviés. Ce comité se réunit au minimum une fois par an pour faire un point sur l'évolution des normes liées au métier et les évaluations externes (Ecovadis, Global Compact), fixer et suivre les objectifs du groupe. En particulier, les clients du CAC 40 accordent une pondération importante aux critères RSE lors des référencements.

Sur le volet environnemental, le groupe a mis en place un **Plan Mobilité** visant à encourager l'utilisation des mobilités douces par ses consultants.

Le groupe est également très actif sur les sujets sociaux et de gouvernance suivants :

- / Actions pour maîtriser le turnover des ingénieurs, dans un marché en pénurie structurelle, et dans lequel les meilleurs éléments partent mécaniquement chez les clients ;
- / Féminisation du métier d'ingénieur : plan d'actions pour l'égalité H/F (recrutement, rémunération, formation), campagne de sensibilisation sur les comportements sexistes ;
- / Mise en place de chartes relatives à l'éthique des affaires, aux exigences avec les fournisseurs et les sous-traitants, au respect des droits des travailleurs et de la lutte contre la discrimination.





## Démarche de décarbonation

### Intensité carbone

/ **66 tCO<sub>2</sub>** par M€ de CA (1<sup>ère</sup> mesure partielle pour la filiale Elsys Design France, soit 48 % du CA groupe)

### Détail des émissions :

- Scope 1-2 : 3,7 %
- Scope 3 : 96,3 %

Le scope 3 représente une part prépondérante dans les émissions du groupe, avec en premier lieu les achats de biens et de services (48 %), les déplacements professionnels (19 %) et la restauration / hébergement (11 %). Pour les achats de biens et services, l'analyse ne permet pas de tirer de conclusions à ce stade, car le poste d'émissions le plus important provient de flux intra-groupe.

### Actions entreprises :

- / Suppression des trajets Paris-Aix en avion et sur l'ensemble des trajets pour lesquels l'aller-retour est réalisable en train dans la journée ;
- / Électrification de la flotte de véhicule de fonction (100 % d'ici 2028) et mise en place de bornes de recharges en agences ;
- / Extension du bilan carbone aux autres entités du groupe (notamment Avisto France et les entités serbes) ;
- / Rationalisation des nouvelles surfaces, régulation de la climatisation/chauffage ;
- / Éco-conception des produits (pour répondre aux exigences des clients) ;
- / Projet d'étude de l'intensité carbone des data center et cloud en fonction de leur lieu d'hébergement.



## Impact social & partage de la valeur

- / **Gender gap : 7,1 %**
- / **Formation : 4,2 heures** en moyenne par ETP
- / **Parité H/F : 91/9** (au sein du collège des cadres)
- / **Accès au capital des salariés : 1,6 % (↗ +1,6 pts)**





### - Fonds concerné :

MMF 6

### - Activité :

Services à la personne

### - Localisation :

Orléans (45)

### - Chiffre d'affaires :

163 M€ (2023)

### - Effectifs :

5 270 ETP

### - Dates d'investissement :

26/02/2016 et 28/10/2021

### - Référent RSE :

Luigi Romeo



## Activité

Le groupe Destia est l'un des acteurs majeurs des services à la personne en France.

Il est né de la fusion, en mars 2015, d'Avidom, spécialiste en Ile-de-France du maintien à domicile de personnes fragiles, et de Sous Mon Toit, spécialiste régional des personnes fragiles.

Le groupe intervient sur le territoire national à travers un réseau de 145 agences (à fin janvier 2024).



## Entreprise

### à mission

Destia a mis en place une stratégie RSE active, adaptée au secteur du maintien à domicile et principalement axée sur les enjeux RH et la qualité de services.

### En juin 2023, Destia est devenu Entreprise à Mission

avec la raison d'être suivante : « Apporter un accompagnement de qualité et personnalisé à toute personne en recherche d'autonomie faisant le choix de vivre à domicile, ainsi qu'à son entourage, tout en veillant au bien-être des collaborateurs ».

Le groupe a mis en place un comité de mission composé de neuf membres, dont six personnes extérieures, ainsi qu'un plan de suivi d'indicateurs clés et un plan de décarbonation.

Cette démarche collective de transformation inclut l'ensemble des collaborateurs de Destia ainsi que les parties prenantes externes (bénéficiaires, partenaires institutionnels, mutuelles).





## Démarche de décarbonation

### Intensité carbone

/ **98 tCO<sub>2</sub>** par M€ de CA

### Détail des émissions :

- Scope 1-2 : 10,3 %
- Scope 3 : 89,7 %

Les déplacements des intervenants aux domiciles des bénéficiaires constituent le principal enjeu de réduction de l'impact carbone du groupe. La voiture représente environ 70 % des distances parcourues pour près de 90 % des émissions.

**Le groupe s'est fixé un objectif de réduction en intensité carbone de -20 % d'ici 2028 par rapport à 2022.**

### Actions entreprises :

- / Travail d'étude des parcours des intervenants et de re-sectorisation.
- / Ouverture de nouvelles succursales ;
- / Recrutement d'intervenants plus proches des bénéficiaires ;
- / Mesures d'incitation à l'usage des transports en commun ;
- / Facilitation de l'usage de la voiture électrique (notamment avec la mise en place de bornes de recharge au siège de la société).



## Impact social & partage de la valeur

/ **Gender gap : 7,9 % (↗ 3,8 pts)**

/ **Formation : 24,7 heures** en moyenne par ETP (=)

/ **Parité H/F : 42/58 (↗)** (au sein du collège des cadres)

Compte tenu d'une activité qui emploie par nature un grand nombre de collaborateurs, le groupe Destia s'est particulièrement engagé à veiller à leur bien-être et à leur formation, ainsi qu'à

promouvoir les bonnes pratiques professionnelles du secteur en respectant la réglementation en vigueur et en plaçant la déontologie et l'éthique au cœur de l'action du groupe.

Des indicateurs plus spécifiques basés sur des enquêtes qualité et de climat social ont donc été mis en place à échéance 2027.

Le critère de partage de la valeur basé sur une ouverture du capital aux salariés s'avère moins adapté et complexe à mettre en œuvre.

**“ Notre priorité numéro un est, et a toujours été, la santé, le bien-être et la protection de nos collaborateurs, de nos bénéficiaires et de leurs proches. Un collaborateur qui se sent bien, reconnu, écouté, répondra toujours présent. C'est une vision que l'on doit avoir chaque jour, chaque instant, pas uniquement en période de crise. Nous sommes très fiers que le groupe soit devenu entreprise à mission avec pour projet l'amélioration de la qualité de vie du plus grand nombre de personnes fragilisées.**

**Xavier Mura**  
Président



### - Fonds concerné :

MMF V

### - Activité :

Édition de logiciels

### - Localisation :

Rueil-Malmaison (92)

### - Chiffre d'affaires :

15 M€ (2023)

### - Effectifs :

132 ETP

### - Date d'investissement :

30/09/2019

### - Référent RSE :

Lauriane Desrue



## Activité

Eksaé est spécialisée dans les logiciels de paye et de comptabilité à destination du secteur public (établissements publics, régions, départements, municipalités). La force d'Eksaé repose sur sa très bonne connaissance des besoins de ses clients et sur ses logiciels dédiés disponibles en mode SaaS.



## L'humain au cœur

## de la démarche RSE

La démarche RSE d'Eksaé a été engagée en janvier 2021 avec l'aide d'un cabinet externe sur le thème de la gouvernance, du climat social et des enjeux prioritaires.

Elle a beaucoup progressé depuis et a abouti à la rédaction d'un rapport RSE en 2023.

### Dans le domaine social, Eksaé a défini des priorités :

- / **Flexibilité du travail :** télétravail notamment pour les personnes habitant loin de leur bureau, et travail à temps partiel. L'absentéisme est suivi avec attention ;
- / **Organisation du dialogue social :** le personnel est consulté et peut se faire entendre. L'enquête de climat social réalisée au cours du premier semestre 2024 témoigne d'une amélioration du climat malgré un contexte économique qui reste difficile pour l'entreprise ;
- / **Montée en compétences des salariés :** formations sur l'ensemble des produits d'Eksaé et sur la réglementation mouvante du secteur public en RH et en finance ;
- / **Égalité homme-femme et inclusion professionnelle des personnes en situation de handicap :** ces sujets sont désormais traités et suivis avec attention ;
- / **Achats responsables :** une politique a été définie (règlement des factures à date, bilan annuel des relations avec les fournisseurs, nomination d'un responsable achats...) ;
- / **Mobilisation contre toute forme de corruption et sécurisation des données :** sujets prioritaires pour une société qui travaille dans la sphère publique.





## Démarche de décarbonation

### Intensité carbone

/ **35 tCO<sub>2</sub>** par M€ de CA

### Détail des émissions :

- Scope 1-2 : n/s
- Scope 3 : 100 %

Les déplacements représentent 30 % du total, suivi par les achats (19 %), les bureaux (18 %), les usages numériques liés aux serveurs informatiques, aux appareils et au réseau (17 %) et les divers (16 %).

L'existence de 4 sites (Paris, Lyon, Loudun et Nantes) et les déplacements chez les clients expliquent le poids important du transport et des bureaux dans le bilan carbone.

### Actions entreprises :

- / Choix du cloud pour les logiciels afin de limiter l'obsolescence des infrastructures ;
- / Recyclage des ordinateurs en fin de vie auprès d'une association ;
- / Optimisation du codage et de l'architecture des logiciels d'Eksaé pour améliorer leurs performances énergétiques ;
- / Réduction des surcharges informationnelles (trop de données affichées ou traitées) et suppression des fonctionnalités inutiles ;
- / Limitation du nombre de documents imprimés et diffusion des bonnes pratiques ;
- / Obtention de la notation Silver, de l'organisme de certification Greenspector, pour les principales solutions Eksaé Suite.



## Impact social & partage de la valeur

/ **Gender gap: 18,2 % (↘ -7,9 pts)**

/ **Formation: 3,8 heures** en moyenne par ETP (↘)

/ **Parité H/F: 62/38 (↗)** (au sein du collège des cadres)

/ **Accès au capital des salariés: 1,5% (=)**

“ Nos convictions en matière de responsabilité guident le pilotage et le développement de chacune de nos actions. Nous ne sommes pas juste responsables, mais agitateurs responsables. Notre démarche vise à diffuser les bonnes pratiques et à impulser de nouvelles tendances. Aussi, nous nous attachons à agir quotidiennement en cohérence avec notre positionnement et nos valeurs essentielles de respect, d'audace et de solidarité. Il n'est pour nous pas de réel progrès possible sans prises en compte collective et individuelle de la dimension sociétale et environnementale. Cette dernière est garante de sens dans nos missions et d'un avenir meilleur, profitable à tous.



**Régis Baudouin**  
Président



### - Fonds concerné :

MMF 6

### - Activité :

Fabrication de portes d'entrée pour maisons individuelles

### - Localisation :

Verquigneul (62)

### - Chiffre d'affaires :

38 M€ (2023)

### - Effectifs :

215 ETP

### - Date d'investissement :

29/06/2022

### - Référent RSE :

Amandine Faller



## Activité

Créé en 1994 à Erquinghem-Lys, EURADIF s'impose aujourd'hui comme l'industriel français de référence dans le design et la fabrication de la porte d'entrée

La société intervient en B2B auprès d'une clientèle de fabricants menuisiers, de fenêtriers, poseurs ou non, et de négoce spécialisés en menuiseries.

Elle exploite deux sites industriels dont une unité de laquage « zéro déchet » et a produit 6 000 portes et panneaux en 2023.



## Innover,

## protéger, mesurer

**Sous l'impulsion de son dirigeant-fondateur, la société Euradif a spontanément mis en place une démarche d'amélioration de ses pratiques RSE organisée autour de 6 piliers :**

- / La communication et la transparence ;
- / L'innovation et la digitalisation ;
- / L'implication sociale ;
- / La qualité de vie au travail ;
- / La gestion de l'entreprise ;
- / L'environnement.

**Une responsable RSE a été recrutée en 2022. De nombreuses actions ont été engagées sur ces différents thèmes, parmi lesquelles :** la digitalisation des processus, l'installation d'un manipulateur de portes pour faciliter les opérations de manutention, l'installation de compresseurs plus économes en énergie, l'appel à un ergonome pour améliorer les postes de travail, le sponsoring d'associations à vocation sociale (Les « Jolie » Gènes, les Sourds de Voile). Un premier rapport RSE a été publié en 2022.

Par ailleurs, dans le cadre de la nouvelle opération financière, plusieurs managers historiques sont entrés au capital du groupe tout en bénéficiant d'actions gratuites.

Le groupe poursuit ses actions en 2024 avec notamment la mise à jour de son bilan carbone, la mise en place d'une démarche de prévention des troubles musculo-squelettiques et le lancement d'un nouveau modèle de porte innovant aux performances thermiques uniques en France.





## Démarche de décarbonation

### Intensité carbone

/ **254 tCO<sub>2</sub>** par M€ de CA (↘ **-17%**)

### Détail des émissions :

- Scope 1-2 : 10,3 %
- Scope 3 : 89,7 %

Le scope 3 chez Euradif concerne surtout les achats de matières premières (73 % dont 49 % pour les métaux et plastiques), les déplacements des collaborateurs (7 %), le fret (5 %) et les déchets (5 %).

### Actions entreprises :

- / Développement d'achat d'aluminium bas carbone ;
- / Recherche de solutions de recyclage pour les rebuts de vitrage, les chutes de PVC et la revalorisation des palettes en bois ;
- / Réflexion sur l'installation de bornes de recharge pour véhicules électriques ;
- / Projet d'installation de panneaux photovoltaïques sur les toitures de parking du groupe.



## Impact social & partage de la valeur

/ **Gender gap: -13 %**

/ **Formation : 8,4 heures** en moyenne par ETP

/ **Parité H/F : 73/27** (au sein du collège des cadres)

/ **Accès au capital des salariés : 3,3 %** (↗ **+3,2 pts**)





### - Fonds concerné :

MMF 6

### - Activité :

Distribution d'emballages primaires

### - Localisation :

Les Sorinières (44)

### - Chiffre d'affaires :

109 M€ (2023)

### - Effectifs :

188 ETP

### - Date d'investissement :

27/09/2021

### - Référent RSE :

Anthony Blandin



## Activité

Créé en 1929 à Nantes, Fidel Fillaud est le leader en France dans la distribution d'emballages légers à destination de l'industrie.

Le groupe distribue une large gamme d'emballages primaires en plastique, métal, verre et kraft (4 500 références) à ses 10 000 clients. Son positionnement agile de distributeur lui permet de travailler avec des fournisseurs innovants en matière d'emballages écoresponsables.



## Actionnaires engagés, salariés satisfaits !

Fidel Fillaud a une démarche RSE très engagée reposant sur deux axes prioritaires :

L'humain et L'Ecoresponsabilité.

Les Valeurs Humaines, le sens du collectif, la confiance et l'exigence sont les piliers de la croissance du Groupe. Fidel Fillaud est une entreprise où chacun doit être accueilli, écouté, reconnu et encouragé à grandir.

Fidel Fillaud a ainsi mis en place en mai 2024 un FCPE afin de proposer à l'ensemble des salariés du groupe de devenir actionnaire. 90 % des collaborateurs ont participé au FCPE pour 4 200 € d'investissement moyen par collaborateur ce qui témoigne d'une grande confiance dans le groupe.

Par ailleurs, la société Fidel Fillaud a obtenu dès sa première tentative le label de Great Place to Work avec 91 % de participation et 79 % de retours positifs ce qui illustre l'excellent climat social du groupe.

### Label Great Place To Work obtenu

/ **91 % de participation** (mini label 62 %)

/ **79 % de réponses positives** (mini label 65 %)

➔ Par agence : Toulouse 70 % / Aubagne 72 % / IDF 77 % / St Priest 78 % / Sorinières et CP 81 % / Ludres 93 %

➔ « Dans l'ensemble, je peux dire que Fidel Fillaud est une entreprise où il fait bon travailler » : 82 %





## Démarche de décarbonation

### Intensité carbone

/ **689 tCO<sub>2</sub>** par M€ de CA (▼ **-19 %**)

### Détail des émissions :

- Scope 1-2 : 2,4 %
- Scope 3 : 97,6 %

Le scope 3 chez Fidel Fillaud concerne surtout les achats de produits (53 %), la fin de vie des produits (30 %) et le fret (15 %).

### Actions entreprises :

- / Mise en place d'un plan d'action pour protéger l'environnement baptisé **ECOsphere** englobant :
  - Un sourcing qui privilégie une offre de produits éco-responsables et principalement des fabricants français et européens ;
  - Un travail actif sur le tri et le recyclage ;
  - Une démarche active de digitalisation ;
- / Développement d'un « **Packscore** » visant à noter l'ensemble des familles de produits tant sur des critères environnementaux que des critères de recyclabilité et de réemploi (dans une logique ACV) pour orienter les clients vers les produits les plus respectueux de l'environnement ;
- / Augmentation de la part d'emballages en plastique recyclé ou éco-conçu et réduction du poids des contenants.



## Impact social & partage de la valeur

/ **Gender gap: 14,9 %** (▼ **-2,1 pts**)

/ **Formation: 6,5 heures** en moyenne par ETP (↗)

/ **Parité H/F: 57/43** (↗) (au sein du collège des cadres)

/ **Accès au capital des salariés: 90,0%** (↗) (mise en place d'un FCPE)

“ **Les valeurs humaines, le sens du collectif, la confiance et l'exigence sont les piliers de la croissance du Groupe. Fidel Fillaud est une entreprise où chacun doit être accueilli, écouté, reconnu et encouragé à grandir: ce sont ses racines.** ”

**Jean-François Boutier**  
Président



# FRIO GROUPE

## - Fonds concerné :

MMF V

## - Activité :

Conception et distribution  
d'équipements frigorifiques

## - Localisation :

Arnage (72)

## - Chiffre d'affaires :

66 M€ (février 2024)

## - Effectifs :

114 ETP

## - Date d'investissement :

01/10/2019

## - Référent RSE :

Xavier Dubreuil



## Activité

Spécialiste du froid, Frio a été créé en 1993. Le groupe conçoit, fait fabriquer et commercialise des caves à vin sous différentes marques (les principales étant La Sommelière, Avintage, Climadiff et Temptech) mais également du froid domestique (réfrigérateurs, congélateurs) et professionnel (vitrines réfrigérées) sous la marque Frigelux, du froid médical sous la marque Médifroid et du traitement de l'air (purificateurs d'air et climatiseurs mobiles).



## Une conscience sociale et environnementale

**La démarche RSE de Frio se concentre plus particulièrement sur les aspects sociaux et environnementaux, sur lesquels le groupe estime pouvoir apporter les effets positifs les plus significatifs.**

Sur le plan de la responsabilité sociale, le Groupe a atteint la parité parfaite entre hommes et femmes sur les différents types de poste. Les augmentations de salaires ont été concentrées sur les plus faibles rémunérations afin de réduire les écarts. Plus de 500 k€ ont été investis dans la rénovation des bureaux afin d'améliorer la qualité de vie au travail en les rendant plus confortables. La production made in France a été développée. Enfin, l'ensemble des salariés s'est vu offrir la possibilité de devenir actionnaires du groupe et plus de 50 d'entre eux ont saisi cette opportunité.

Sur le plan de la responsabilité environnementale, les notices d'utilisation papier ont été supprimées au profit de versions numériques, un travail permanent est effectué sur les gammes de produits afin de réduire progressivement leur consommation énergétique, les pièces détachées sont disponibles pendant dix ans afin d'accroître la réparabilité des produits.





## Démarche de décarbonation

### Intensité carbone

/ 2 498 tCO<sub>2</sub> par M€ de CA

### Détail des émissions :

- Scope 1-2 : n/s
- Scope 3 : 100 %

Le scope 3 chez Frio concerne surtout les achats de produits (39,5%), leur utilisation (34,9%) et leur fin de vie (23,6%). Le transport amont et aval représente moins de 1% des émissions globales de l'activité du Groupe.

### Actions entreprises :

- / Renforcement de la collaboration avec les fournisseurs afin d'approfondir la démarche d'éco-conception des produits :
  - Poids
  - Matériaux employés
  - Consommation énergétique
  - Maintenabilité et recyclabilité
- / Développement de procédures d'achats responsables ;
- / Campagne de sensibilisation auprès des collaborateurs pour obtenir des gains sur les autres postes.



## Impact social & partage de la valeur

- / **Gender gap: 40,2 %** (↘ -10 pts)
- / **Formation: 1 heure** en moyenne par ETP
- / **Parité H/F: 54/46** (au sein du collège des cadres)
- / **Accès au capital des salariés: 41,2%** (↗)





### - Fonds concerné :

MMF V

### - Activité :

Conception et distribution de produits d'hygiène écologiques

### - Localisation :

Rueil-Malmaison (92)

### - Chiffre d'affaires :

27 M€ (2023)

### - Effectifs :

31 ETP

### - Date d'investissement :

30/07/2019

### - Référents RSE :

Céline Augusto,  
Marguerite Guillou



## Activité

Fondée en 2011 par Céline et Gabriel Augusto, LOVE & GREEN se positionne comme la marque française pionnière du segment de la couche naturelle et écologique. La société (GREEN FAMILY) propose aujourd'hui une large gamme de produits écologiques à la fois en hygiène bébé, féminine et familiale. Elle cherche continuellement à innover afin de lutter contre l'utilisation de plastique pétrochimique et de s'affranchir de toute substance controversée.



## Pionnier

## de l'hygiène écologique

L'humain et l'environnement sont au cœur du projet de GREEN FAMILY : depuis sa création, LOVE & GREEN milite quotidiennement pour proposer des alternatives plus saines et plus naturelles pour les produits d'hygiène, sans compromis entre efficacité, naturalité, traçabilité, et impact environnemental.

Engagée dans une démarche d'amélioration continue, GREEN FAMILY est devenue « Entreprise à Mission » en juin 2022, réaffirmant ainsi publiquement ses multiples engagements environnementaux et sociaux. A ce titre, la société a formalisé cinq objectifs statutaires couvrant l'ensemble de ses activités :

/ Concevoir avec ses fournisseurs des produits efficaces, sains, et composés au maximum de **matières d'origine naturelle** ;

/ Faire de la **démarche « mesurer, limiter, réduire »** un standard pour ses productions, en se reposant sur des méthodes robustes et reconnues. En ce sens, GREEN FAMILY a cofondé en 2023 l'association Green Impact Index, qui vise à déployer une méthode robuste et reconnue pour analyser l'impact environnemental et sociétal des cosmétiques ;

/ Accompagner ses consommateurs vers une consommation éclairée et responsable ;

/ Cultiver l'esprit d'initiative de ses collaborateurs et de ses fournisseurs pour repenser les usages en innovant. L'obtention du **label Great Place to Work** en septembre 2023 s'inscrit dans cette trajectoire ;

/ Plaider pour la clarté des compositions et la valorisation des produits responsables auprès des institutions et des acteurs du secteur.

Accompagnée par un référent externe depuis début 2023, la société a publié son premier rapport de mission en décembre 2023 et validé avec succès son premier audit réglementaire début 2024.





## Démarche de décarbonation

### Intensité carbone

/ **326 tCO<sub>2</sub>** par M€ de CA

### Détail des émissions :

- Scope 1-2 : non mesuré
- Scope 3 : 100 %

Le scope 3 représente quasiment l'intégralité des émissions de GREEN FAMILY. Une grande partie des émissions est liée aux matières premières, à la fabrication, et au transport amont et aval des produits.

### Actions entreprises :

- / Réduction de 14 % de l'empreinte carbone des couches en 2023 par rapport à 2018.  
**Objectif** : -17 % d'émissions carbone d'ici fin 2024 grâce à l'amélioration de la composition des couches ;
- / Projet de faisabilité d'un compost fabriqué à base de couches jetables usagées, dont l'ACV sera réalisée courant 2024.



## Impact social & partage de la valeur

- / **Gender gap: -17,2 % (↘ -19 pts)**
- / **Formation: 5,9 heures** en moyenne par ETP (↗)
- / **Parité H/F: 16/84 (↗)** (au sein du collège des cadres)
- / **Accès au capital des salariés: 16,1 % (↘ -15 pts)\***

\*impact d'un turnover relativement important sur les dernières années

“ La RSE est intrinsèquement liée à toutes nos réflexions et décisions. C'est l'essence même de notre PME familiale française. Devenir entreprise à mission a été pour nous une évidence officialisant nos douze années d'engagement.

**Céline Augusto**  
Présidente





### - Fonds concerné :

MMF V

### - Activité :

Importation et commercialisation de produits alimentaires italiens

### - Localisation :

Monaco

### - Chiffre d'affaires :

61 M€ (2023)

### - Effectifs :

59 ETP

### - Date d'investissement :

12/03/2019

### - Référent RSE :

Stephane Petroni



## Activité

Créée en 2002 par Roberto Mengozzi, Ital Passion est spécialisée dans l'importation et la distribution de produits alimentaires italiens en France. Le groupe propose plus de 500 références avec un positionnement GMS premium, et s'inscrit dans une optique de consommation responsable, privilégiant l'aspect qualitatif et authentique de son offre.



## La RSE au service

## de la qualité

La qualité gustative des produits d'Ital Passion est le pilier fondamental de l'activité du groupe. Le projet d'entreprise **Feel Food Feel Good** a été conçu pour piloter l'engagement du groupe en matière de développement durable sur des thèmes stratégiques (organisation et communication, approvisionnements, qualité et sécurité des produits, parties prenantes, bien-être des collaborateurs et environnement).

Un travail constant est effectué afin d'améliorer en permanence les recettes et les valeurs nutritionnelles de la gamme, par une démarche de sélection rigoureuse d'ingrédients de qualité et une suppression des additifs superflus :

- / Vinaigres balsamiques sans colorant ;
- / Sauces tomate sans sucre ajouté ;
- / Pesto rouge et vert sans additif ;
- / Gressins et pâtes à tartiner sans huile de palme.

Toutes les références sont produites en Italie, par des fournisseurs disposant de labels et certifications.

Une attention particulière est portée au bien-être des équipes et à la transmission d'une culture d'entreprise forte afin de les fidéliser.

Une enquête de climat social est réalisée tous les deux ans et montre une progression régulière de l'indice de satisfaction.





## Démarche de décarbonation

### Intensité carbone

/ **833 tCO<sub>2</sub>** par M€ de CA

### Détail des émissions :

- Scope 1-2 : 9,3 %
- Scope 3 : 90,6 %

Les achats de biens et de services représentent la quasi-intégralité du scope 3.

### Actions entreprises :

- / Signature du Pacte National pour la Transition Energétique (Monaco) autour de 3 axes : la mobilité, la gestion des déchets, et la consommation énergétique ;
- / Mise en place d'un plan de déplacement entreprise en aménageant les horaires de travail (50 % en mobilité écologique, 20 % en covoiturage) ;
- / Travail sur les emballages (objectif 100 % compostables) ;
- / Partenariats avec des associations caritatives pour limiter le gaspillage alimentaire ;



## Impact social & partage de la valeur

/ **Gender gap: -16,6 % (↗ +13,2 pts)**

/ **Formation: 2,3 heures** en moyenne par ETP (↘)

/ **Parité H/F: 67/33 (↗)** (au sein du collège des cadres)

/ **Accès au capital des salariés: 3,4 % (↗ +0,8 pt)**

“ Le rôle d'Ital Passion et de ses équipes est de cultiver de manière responsable la valorisation d'une gastronomie italienne authentique et son terroir riche de traditions et de multiples bienfaits. Nous sommes engagés dans une démarche RSE car nous avons pleinement conscience de notre impact et du pouvoir de chacune de nos actions pour mettre en place un processus d'amélioration continue soutenable avec l'aide de nos parties prenantes. Notre engagement repose sur la qualité de nos produits, car nous sommes convaincus qu'une nourriture plus saine est facteur d'amélioration du bien-être de tous. Notre volonté est de continuer à nourrir cette ambition pour l'avenir, avec cette même conscience d'ajouter en permanence de la valeur à chacune de nos actions, pour tous et dans chacun de nos produits.



**Roberto Mengozzi**  
Président



### - Fonds concerné :

MMF V

### - Activité :

Agence de communication  
par l'objet

### - Localisation :

Orléans (45)

### - Chiffre d'affaires :

18 M€ (mars 2023)

### - Effectifs :

50 ETP

### - Date d'investissement :

27/03/2018

### - Référent RSE :

Majda Benchekroun



## Activité

Créée en 1969, Jordenen compte parmi les leaders français du marché de la communication par l'objet.

La société se distingue par son offre corporate destinée aux grands groupes ou aux entreprises multi-sites, qui représentent plus de la moitié de son chiffre d'affaires. Jordenen gère ainsi une trentaine de sites Internet dédiés pour le compte de ses clients.

La société, dont le siège est situé à Orléans, dispose de quatre showrooms en France.



## Une culture RSE ancrée dans les pratiques

L'entreprise a depuis longtemps une forte culture RSE :

- / Jordenen est membre du Global Compact depuis 2012 ;
- / L'entreprise est certifiée ISO 9001, ISO 14001 et Qualiserv ;
- / Les pratiques environnementales et sociales font partie intégrante des discussions et des négociations avec les fournisseurs ;
- / Jordenen est certifiée EcoVadis Gold (2023) ;
- / La société est signataire du Code éthique et responsable de la 2FPCO (fédération professionnelle).



**OBJETS RECYCLÉS :  
TRANSFORMEZ LE  
RÉUTILISABLE EN  
PUBLICITÉ.**





## Démarche de décarbonation

### Intensité carbone

/ **582 tCO<sub>2</sub>** par M€ de CA

### Détail des émissions :

- Scope 1-2 : 0,6 %
- Scope 3 : 99,4 %

Le Scope 3 concerne essentiellement les achats de produits et le transport de ces derniers.

### Actions entreprises :

- / Partenariat avec UPS visant à compenser les émissions carbone correspondant aux expéditions de ses colis ;
- / Mise en avant d'une gamme « Impact Carbone » avec près de 1 500 produits qui affichent leur ECP (empreinte carbone produit).



## Impact social & partage de la valeur

/ **Gender gap : 9,7 %** (↘ **-4,7 pts**)

/ **Formation : 6,3 heures** en moyenne par ETP (↗)

/ **Parité H/F : 40/60** (↗) (au sein du collège des cadres)

/ **Accès au capital des salariés : 6,0 %** (↗)



## LA BOUTIQUE OFFICIELLE.COM

### - Fonds concerné :

MMF V

### - Activité :

Vente en ligne de prêt-à-porter

### - Localisation :

Chaponost (69)

### - Chiffre d'affaires :

74 M€ (mars 2023)

### - Effectifs :

110 ETP

### - Date d'investissement :

06/08/2020

### - Référent RSE :

Marine Krol



## Activité

Fondé en 2007 à Lyon par Pascal Vivier et Julien Cohen, Laboutiqueofficielle.com est un site de vente en ligne de collections de prêt-à-porter urbain (dit *streetwear* ou *urban-wear*) spécialisé dans les vêtements, chaussures et accessoires de mode (casquettes, montres, lunettes de soleil).

L'entreprise affiche un positionnement original centré sur la culture urbaine à la croisée des univers de la musique, du sport et des arts de la scène.



## Cap sur

## la neutralité carbone

L'entreprise a engagé plusieurs initiatives :

### / Climat :

- Poursuite de son partenariat « Neutralité carbone » avec La Poste et avancée sur un partenariat équivalent avec Chronopost ;
- Augmentation du sourcing proche grâce à la montée en puissance des marques propres ;
- Partenariat avec une entreprise pour le recyclage des cartons ;
- Partenariats avec des prestataires écoresponsables et/ou locaux.

### / Social :

- Partenariat avec des associations locales : don de vêtement (Le Refuge et le Secours Populaire) ;
- Accompagnement de seniors vers le retour à l'emploi.

### / Organisation :

- Mise en place d'une équipe RSE avec 2 personnes œuvrant pour l'avancée des projets ;
- Comité RSE regroupant l'équipe dirigeante et les actionnaires.

### / Chaîne de valeur :

- Sélection accrue de fournisseurs sur la base de critères environnementaux ;
- Sélection d'un fournisseur européen (Italie) pour ses marques propres ;
- Charte engageante pour ses fournisseurs assurant que tous les produits sont fabriqués dans des conditions sociales et environnementales justes et exigeantes.





## Démarche de décarbonation

### Intensité carbone

/ **163 tCO<sub>2</sub>** par M€ de CA (↘ **-48 %**)

### Détail des émissions :

- Scope 1-2 : 0,2 %
- Scope 3 : 99,8 %

Les émissions du scope 3 sont principalement liées aux achats de vêtements (notamment les émissions liées à la fabrication des vêtements de marques tiers distribuées) et au transport des produits en amont et en aval.

### Actions entreprises :

- / Sourcing avec des fournisseurs proches géographiquement (Europe) pour les marques propres du groupe ;
- / Signature de chartes « responsables » par les fournisseurs (marques propres et marques distribuées). Ces signatures représentent 73 % des achats en valeur ;
- / Étude de nouvelles solutions packaging pour l'expédition (cartons vs plastique) ;
- / Critères de neutralité carbone pour les transporteurs choisis.



## Impact social & partage de la valeur

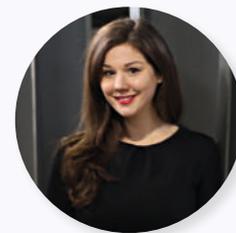
/ **Gender gap: 12,7 %** (↗ **+2 pts**)

/ **Formation: 12,4 heures** en moyenne par ETP (↗)

/ **Parité H/F: 68/32** (↗) (au sein du collège des cadres)

/ **Accès au capital des salariés: 6,4%** (↗ **+6,4 pts**)

“ Nous avons souhaité engager nos fournisseurs dans notre démarche environnementale et sociale. Nous sommes également vigilants quant à la gestion de nos invendus et choisissons avec beaucoup de soin les associations locales avec lesquelles nous travaillons pour la récupération de ceux-ci. Ils sont ensuite distribués aux personnes dans le besoin. En interne, nous sommes très attentifs au développement des compétences de nos collaborateurs.



**Thea Rosin**  
Directrice générale



### - Fonds concerné :

MMF 6

### - Activité :

Conception et distribution de produits d'hygiène et cosmétiques naturels

### - Localisation :

Epône (78) et Salon-de-Provence (13)

### - Chiffre d'affaires :

38 M€ (2023)

### - Effectifs :

102 ETP

### - Date d'investissement :

12/10/2021

### - Référents RSE :

Eric Renard & Sophie Dartois



## Activité

Fondée en 1996 par Eric Renard et Xavier Padovani, La Phocéenne de Cosmétique conçoit, formule et distribue sous les marques Le petit Olivier (LPO) et Lovea (acquise en 2018) des produits d'hygiène et cosmétiques naturels made in France. Le Groupe dispose aujourd'hui d'un portefeuille produits de près de 300 références de savons, gels douches, shampoings, soins, crèmes solaires élaborés à partir d'ingrédients d'origine naturelle. En avril 2023, la Phocéenne a repris la marque Laboratoires Vendôme, spécialiste des soins pour peaux sensibles et atopiques, avec pour objectif de développer le segment dermo-cosmétique en GMS.



## Une RSE holistique

## et intégrée à la stratégie

**La RSE est un pilier de l'ADN de la Phocéenne de Cosmétique et se traduit par des engagements concrets tout au long de sa chaîne de valeur.** Ils comprennent le soutien et le développement de filières de sourcing d'ingrédients responsables, une formulation transparente et *clean* des produits, une fabrication française, une réduction et écologisation des emballages, une sensibilisation des salariés aux bonnes pratiques environnementales (Fresque du Climat, défis écoconduite, tri des déchets...).

**La Phocéenne mène une action pionnière sur la mesure de son empreinte biodiversité,** à partir de laquelle elle prévoit de travailler sur le choix des ingrédients, qui sont à l'origine de 80 % de son impact sur la biodiversité.





## Démarche de décarbonation

### Intensité carbone

/ **342 tCO<sub>2</sub>** par M€ de CA

### Détail des émissions :

- Scope 1-2 : 2,1 %
- Scope 3 : 97,9 %

Une large partie des émissions est liée au scope 3, parmi lesquelles :

- 61 % dues au poste « achat de produits » (achats des intrants nécessaires à la fabrication des produits) ;
- 24 % liées à la fabrication sous-traitée d'emballages pour les produits.

### Actions entreprises :

- / Packaging : réduire et recycler (objectif de diminution de 20 % d'utilisation de plastique vierge d'ici à 2027 / atteindre 25 % de plastique recyclé dans les emballages / atteindre 100 % d'emballages recyclables) ;
- / Matières premières : améliorer la traçabilité pour garantir des formules zéro déforestation et limiter l'impact sur la biodiversité ;
- / Piloter une politique d'achats responsables auprès des fournisseurs ;
- / Logistique : optimiser les flux et réduire les emballages.



## Impact social & partage de la valeur

- / **Gender gap : 8,5 % (↘ -6,3 pts)**
- / **Formation : 3,2 heures** en moyenne par ETP (↗)
- / **Parité H/F : 26/74 (↗)** (au sein du collège des cadres)
- / **Accès au capital des salariés : 8,8 % (↗ +8,8 pts)**





### - Fonds concerné :

MMF 6

### - Activité :

Formation professionnelle continue

### - Localisation :

Paris La Défense (92)

### - Chiffre d'affaires :

104 M€ (2023)

### - Effectifs :

390 ETP

### - Date d'investissement :

19/03/2021

### - Référent RSE :

Gwénaelle Dinspel



## Activité

Orsys est le numéro 2 du marché français de la formation professionnelle continue et le leader sur le segment du numérique.

Le groupe est spécialisé dans les formations informatiques et au management. Il a connu une croissance continue depuis sa création en 1976 et dispose d'une implantation principale dans la Grande Arche de la Défense et de 22 centres de formation en province ainsi que d'une présence à Bruxelles et à Luxembourg.



## Humain et durabilité

### au cœur des actions

La démarche RSE est dans l'ADN d'Orsys. La mission du groupe est de former et d'accompagner les individus dans leur montée en compétences. Les valeurs qui accompagnent cette démarche de formation sont la qualité de service, l'engagement et la performance ainsi que la bienveillance et la reconnaissance.

Pilotée par une commission RSE de 18 salariés qui se réunit tous les trimestres, la démarche du groupe couvre les thèmes suivants : loyauté dans les affaires, santé et sécurité au travail, gestion des ressources humaines, gestion des emplois et des compétences, insertion et handicap, gestion de l'environnement, gestion et traitement des rejets, réduction de la consommation d'eau, réduction de la consommation énergétique, diminution de l'impact sur la biodiversité, développement local, conformité réglementaire, achats responsables et politique numérique responsable.





## Démarche de décarbonation

### Intensité carbone

/ **49 tCO<sub>2</sub>** par M€ de CA (↘ **-34 %**)

### Détail des émissions :

- Scope 1-2 : 10,7 %
- Scope 3 : 89,3 %

Les achats de services (imprimerie, publicité, architecture et ingénierie, entretien de bâtiments multitechniques, services de sécurité, nettoyage, sécurité, agences de voyage, autres services aux entreprises) représentent à eux seuls 60 % du scope 3.

### Actions entreprises :

- / Participation au Comité vert de la Grande Arche organisé par le gestionnaire immobilier qui a engagé un plan d'actions de réduction des consommations en énergie du bâtiment ;
- / Réduction des consommations d'énergie via le contrôle des factures ;
- / Éducation aux usages raisonnés du numérique (fresque du numérique, articles de blog, webinars, guides Ademe, ressources de l'institut du numérique responsable, etc...) dans le cadre du projet de labélisation **Numérique responsable.**
- / Mise en veille automatique de tous les terminaux Orsys au bout de 10 minutes ;
- / Mise en veille prolongée automatisée le soir pour une diminution significative de la consommation d'énergie ;
- / Prise en compte de la consommation d'énergie comme critère essentiel pour les achats des services techniques ;
- / Ampoules remplacées par des LED ;
- / Partenariat avec Egreen pour collecter les données de consommation d'énergie.



## Impact social & partage de la valeur

- / **Gender gap: 14,8 %** (↘ **-3,1 pts**)
- / **Formation: 11,4 heures** en moyenne par ETP (↘)
- / **Parité H/F: 35/65** (↗) (au sein du collège des cadres)
- / **Accès au capital des salariés: 31,5 %** (↗ **+1 pt**)



### - Fonds concerné :

MMF 6

### - Activité :

Fabrication d'équipements pour le nautisme et la protection contre la chute

### - Localisation :

Thiers (63)

### - Chiffre d'affaires :

112 M€ (2023)

### - Effectifs :

650 ETP

### - Date d'investissement :

08/03/2023

### - Référent RSE :

Fabrice Didden



## Activité

Fondé en 1919 à Thiers, avec pour activité d'origine la fabrication de pièces en fer forgé pour l'industrie, Wichard s'est progressivement diversifié par croissances externes sur les marchés de la marine puis de l'équipement contre la chute.

Le groupe s'adresse à une clientèle professionnelle diversifiée composée des principaux constructeurs de voiliers en première monte, de revendeurs en seconde monte et d'industriels pour lesquels il intervient en sous-traitance.

Il exploite 12 sites industriels et emploie 650 personnes dans le monde.



## Une démarche RSE engagée et en cours de formalisation

Au sein d'un groupe implanté sur trois continents et très décentralisé, l'un des principaux enjeux du management consiste à harmoniser les pratiques entre des filiales locales n'ayant pas le même degré de maturité.

Sur le plan de la gouvernance, Wichard a fait l'objet de plusieurs opérations de LBO successives ayant permis à chaque nouvelle rotation d'élargir de cercle des managers actionnaires. 44 salariés du groupe participent aujourd'hui au tour de table, dont 27 nouveaux associés depuis l'entrée d'Azulis au capital.

Compte tenu de son activité industrielle, le management de Wichard est très sensible à ses impacts environnementaux. C'est dans ce cadre que le groupe s'apprête à engager la construction d'un nouveau site industriel devant réunir deux unités actuellement distantes de près de 500 km.

**Ce projet, qui mobilisera une enveloppe de 15 M€, apportera de nombreuses améliorations sur le plan environnemental parmi lesquelles :**

- / Réduction des flux de transport ;
- / Exploitation d'une station de traitement de surface employant les procédés les plus modernes et respectant les dernières normes ;
- / Installation de panneaux photovoltaïques pour réduire l'usage d'électricité carbonée.





## Démarche de décarbonation

À travers son activité de production de mâts en carbone de grande taille pour l'activité de développement de transport de marchandises à la voile, Wichard est partie prenante dans la stratégie globale de décarbonation du fret maritime.

Le groupe a en outre engagé son premier bilan carbone en 2024, sur l'ensemble de ses filiales, y compris les deux acquisitions réalisées en 2023, pour une restitution prévue au dernier trimestre de l'année.

Ce travail, qui aura mobilisé 5 consultants externes, a notamment pour objectif de conduire à la co-construction d'une stratégie de réduction de l'empreinte carbone du groupe sur les scopes 1, 2 et 3.



## Impact social & partage de la valeur

- / **Gender gap: n.c**
- / **Formation: 12,6 heures** en moyenne par ETP
- / **Parité H/F: 91/9** (au sein du collège des cadres)
- / **Accès au capital des salariés: 6,8 % (↗ +1,8 pt)**





# 4

## **DONNÉES EXTRAFINANCIÈRES CONSOLIDÉES**



**« Grâce à la consolidation des données extrafinancières collectées auprès de nos affiliés, nous suivons très finement leur évolution sur ces sujets, et pouvons les accompagner au mieux dans leur croissance durable. »**

Depuis dix ans, Azulis Capital réalise une consolidation annuelle de 160 questions et critères RSE collectés auprès de ses entreprises affiliées via un outil développé par Greenscope. Répartie en trois catégories

d'analyse (environnement, social, gouvernance), cette consolidation permet de suivre l'évolution des pratiques et la performance RSE des entreprises accompagnées pour favoriser leur croissance durable.

## 4.1 - KPIs environnementaux

Afin d'assurer le suivi de l'impact de notre portefeuille sur le climat, notre attention se porte sur :

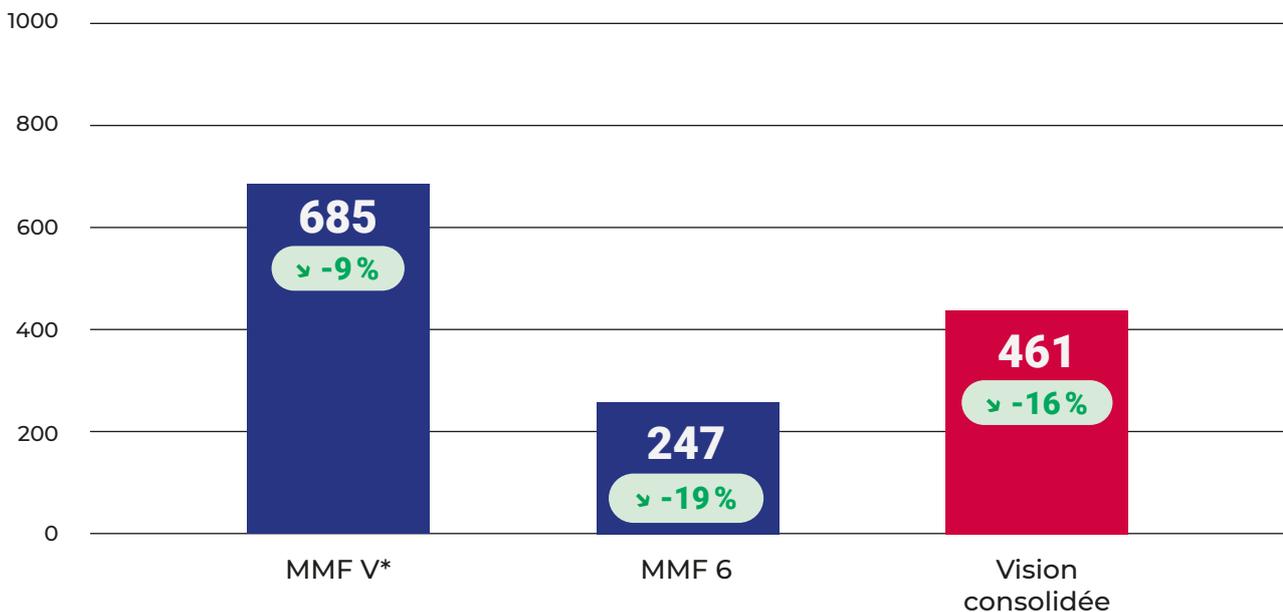
- / L'empreinte carbone du portefeuille, qui nous permet d'avoir une idée de l'impact global des investissements au niveau de notre portefeuille ;
- / **L'intensité carbone des activités économiques des sociétés**, qui, en ramenant les émissions de gaz à effet de serre par rapport au chiffre d'affaires généré, nous permet de prioriser nos actions et d'évaluer plus précisément l'impact des initiatives mises en place au niveau de nos sociétés.

La mesure de l'empreinte carbone est un préalable nécessaire à toute action visant à réduire les émissions carbone. C'est pourquoi, depuis plus de 10 ans,

nous systématisons la réalisation de bilans carbone réguliers chez nos affiliés.

Au sein de notre portefeuille, les entreprises de l'agro-industrie (notamment Frio pour MMF 5, Fidel Fillaud pour MMF 6), et dans une moindre mesure celles exerçant des activités d'achat et revente de produits BtoC, présentent une empreinte carbone plus élevée que celles observées dans d'autres industries. Nous avons également pu constater que les émissions indirectes (scope 3 amont et aval) sont responsables de plus de 90 % des émissions totales. Bien que plus difficiles à mettre en place que des mesures visant à réduire les scope 1 et 2, les initiatives menées sur le scope 3 par les sociétés de notre portefeuille portent leurs fruits, démontrant ainsi toute leurs capacités à trouver des leviers afin de s'inscrire dans une trajectoire de décarbonation.

### Évolution de l'intensité carbone (en tCO<sub>2</sub>eq./M€ de CA)



\*y compris les investissements cédés

Le graphique qui précède illustre l'évolution de l'intensité carbone des sociétés entre une 1<sup>ère</sup> mesure effectuée postérieurement à l'entrée d'Azulis au capital et une nouvelle mesure effectuée au moment de la sortie (ou à fin 2023 pour les entreprises encore en portefeuille).

Notre approche pragmatique nous pousse à accorder beaucoup de crédit à cet indicateur, nous permettant d'évaluer la trajectoire de décarbonation, correction faite de la croissance des activités. Si nos résultats sur MMF V demeurent tangibles, c'est bien sur MMF 6

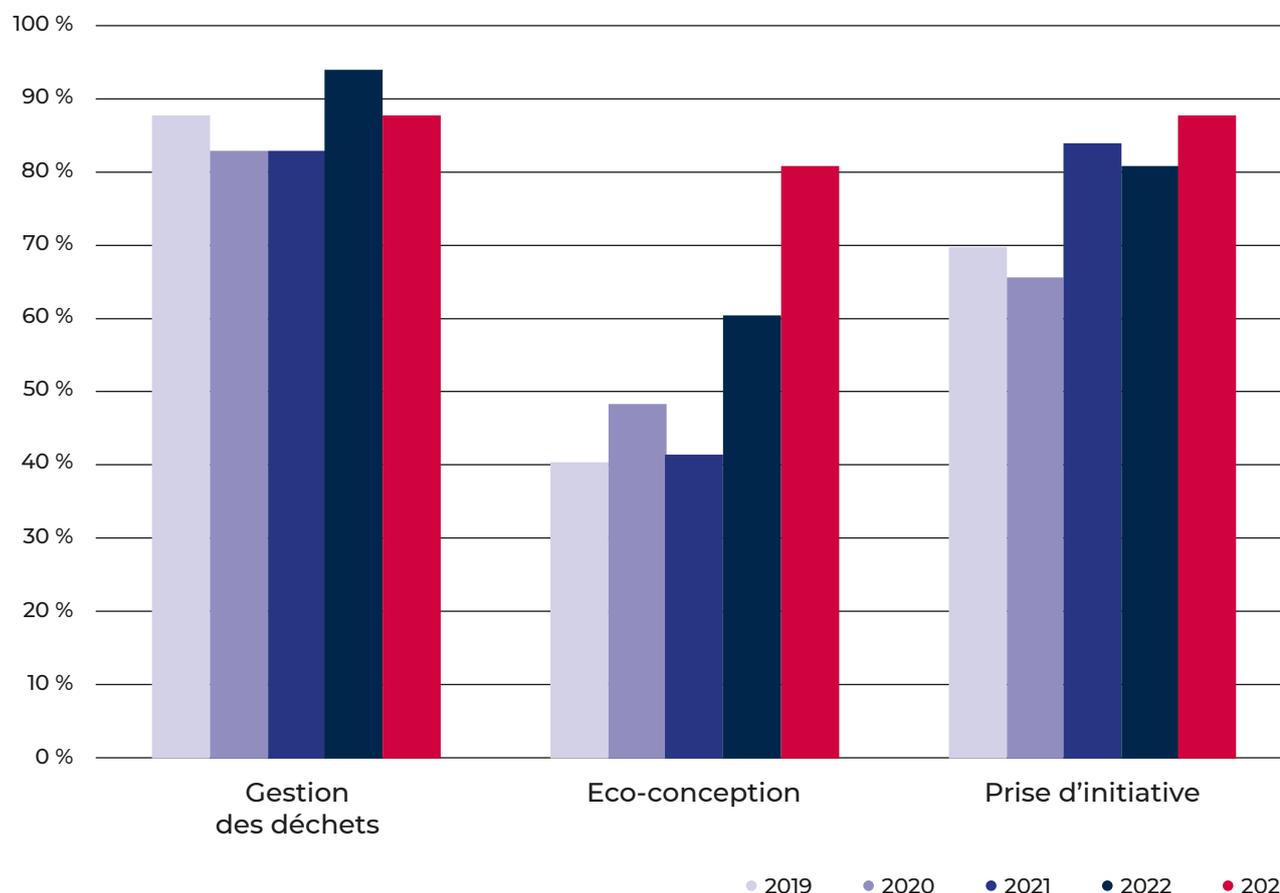
qu'un engagement plus fort a été pris, se traduisant d'ores et déjà par une réduction des émissions plus significative. Préalablement à notre entrée au capital des sociétés, les dirigeants ont été sensibilisés sur nos engagements ce qui a permis d'insuffler un état d'esprit et une réelle dynamique via la définition d'objectifs clairs.

Les actions entreprises par Fidel Fillaud ont par exemple déjà permis de constater une baisse des émissions de près de 20 %.



## Évolution des politiques environnementales

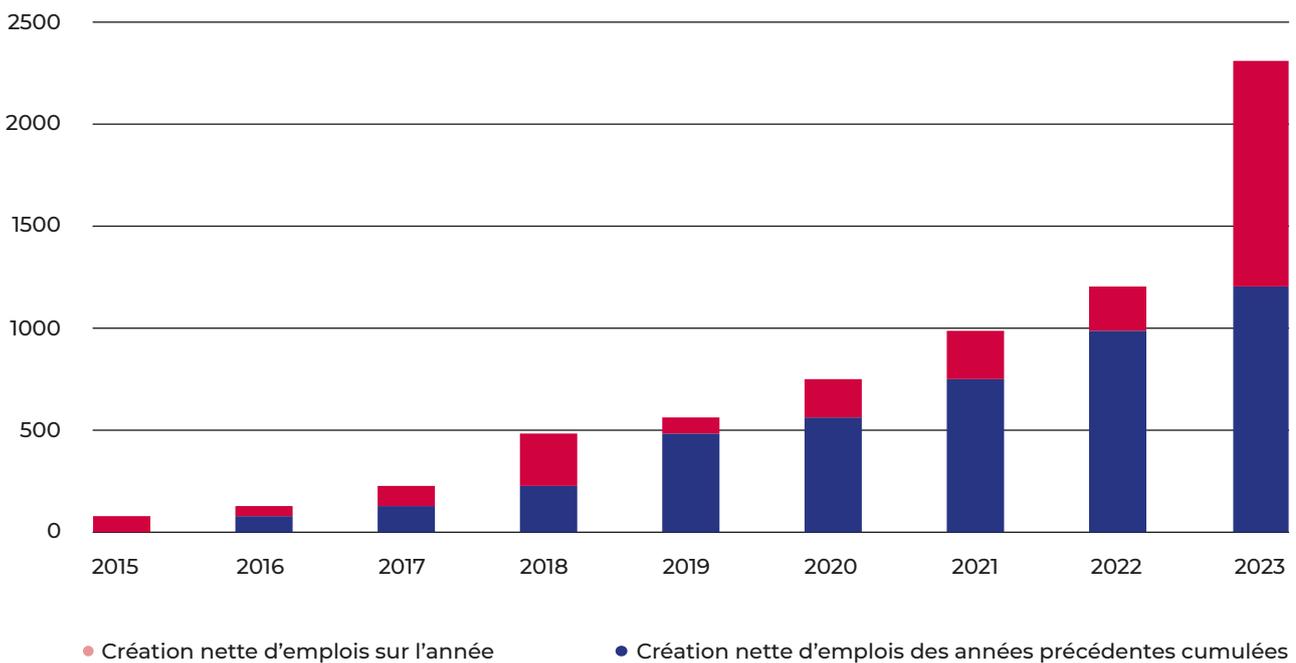
Pourcentage des entreprises prenant en compte 3 thématiques environnementales





## 4.2 - KPIs sociaux

### Création nette d'emplois en ETP

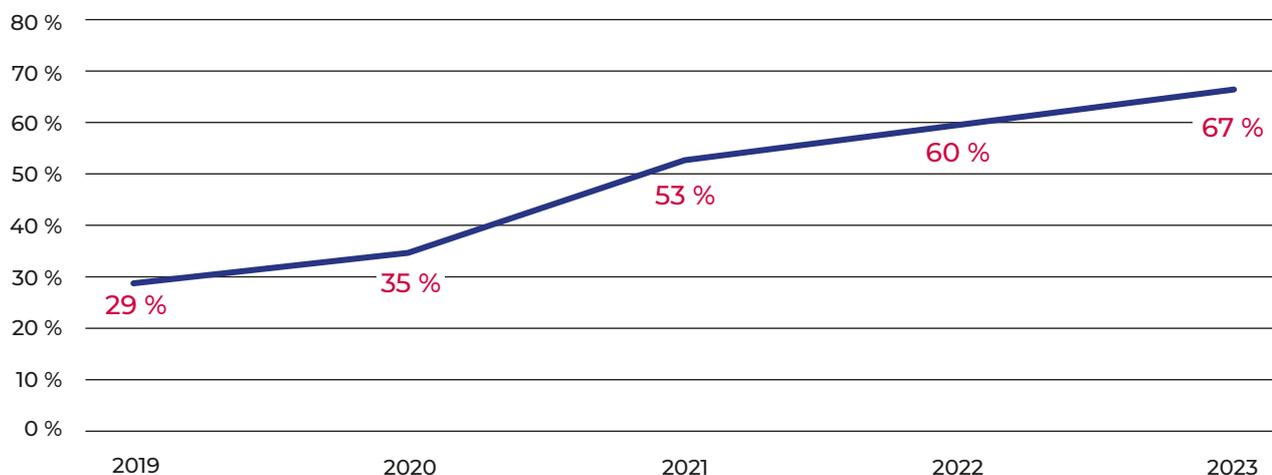


Entre 2014 et 2023, les sociétés de notre portefeuille ont permis la création nette de 2 280 emplois équivalent temps plein («ETP»). Sur l'année 2023, c'est 1 091 ETP qui ont été créés sur le périmètre de notre portefeuille. Destia a été un grand artisan de cette performance avec la création notamment de plus de 700 ETP, intrinsèquement liée à l'importante

croissance des activités du groupe sur l'année. Hors Destia, la dynamique de création nette d'emplois est portée en 2023 par Wichard, Advans et La Phocéenne de Cosmétique. La création de valeur sur laquelle nous travaillons est bénéfique aux bassins d'emplois et génère un impact social concret.



## Évolution du pourcentage de sociétés ayant réalisé une enquête de climat social

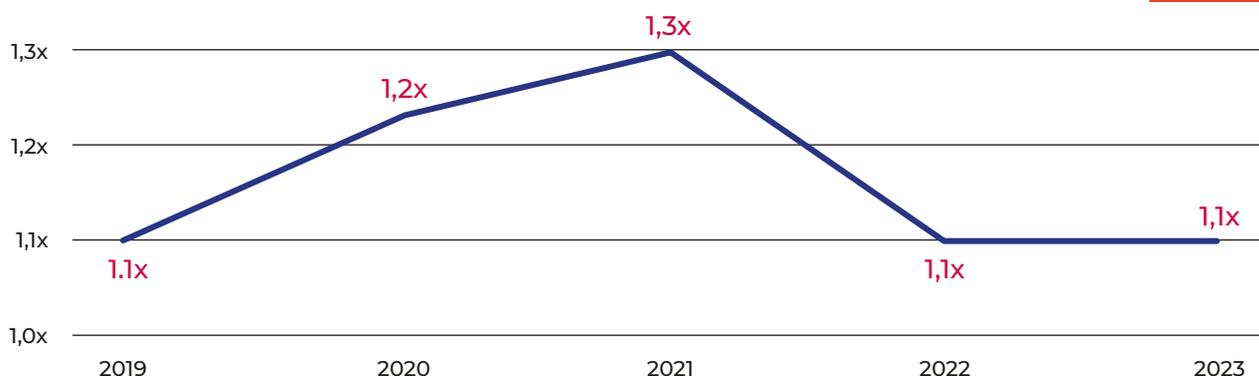


Les enquêtes de climat social constituent une source précieuse d'informations. Elles permettent, avec fiabilité, de rendre tangible la perception qu'ont les salariés de leur environnement de travail et cristallisent les problèmes d'ordre organisationnel ou

managérial. Parce que nous sommes persuadés qu'une société où les salariés se sentent impliqués, reconnus et satisfaits est une société en bonne santé et créatrice de valeur, nous poussons celles de notre portefeuille à réaliser régulièrement ces enquêtes.



## Évolution du rapport salaire H/F

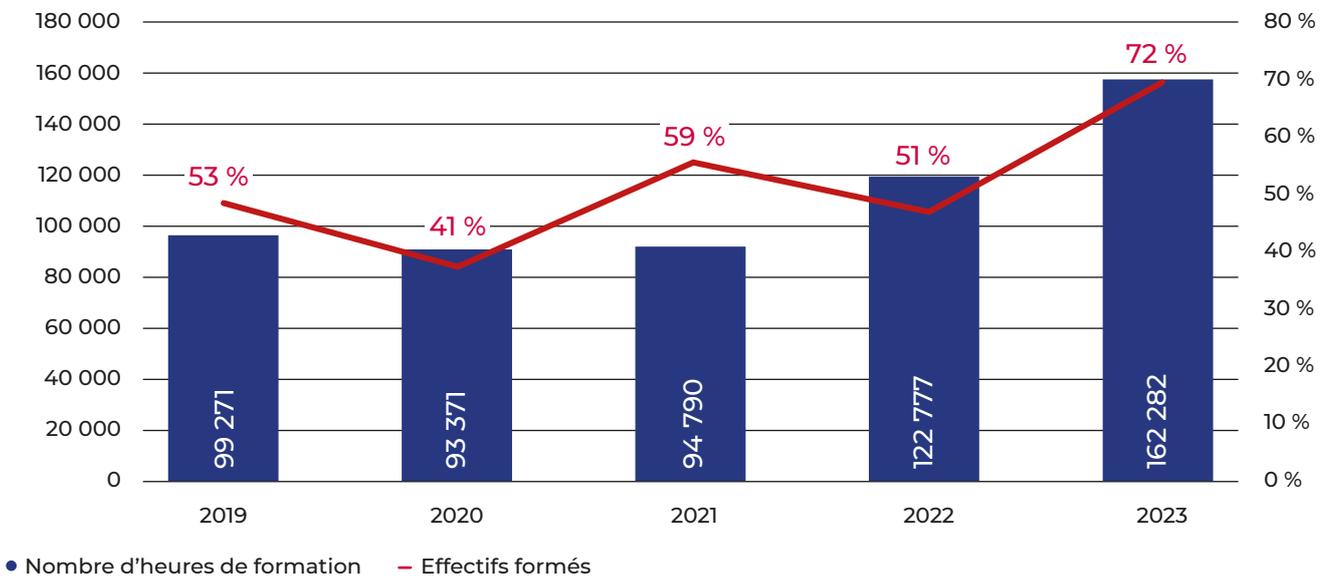


La promotion de l'égalité tient une place importante au sein de notre démarche RSE. La réduction de l'écart de rémunération entre les femmes et les hommes fait partie

des engagements inscrits dans les pactes d'actionnaires de plusieurs participations du fonds MMF 6.



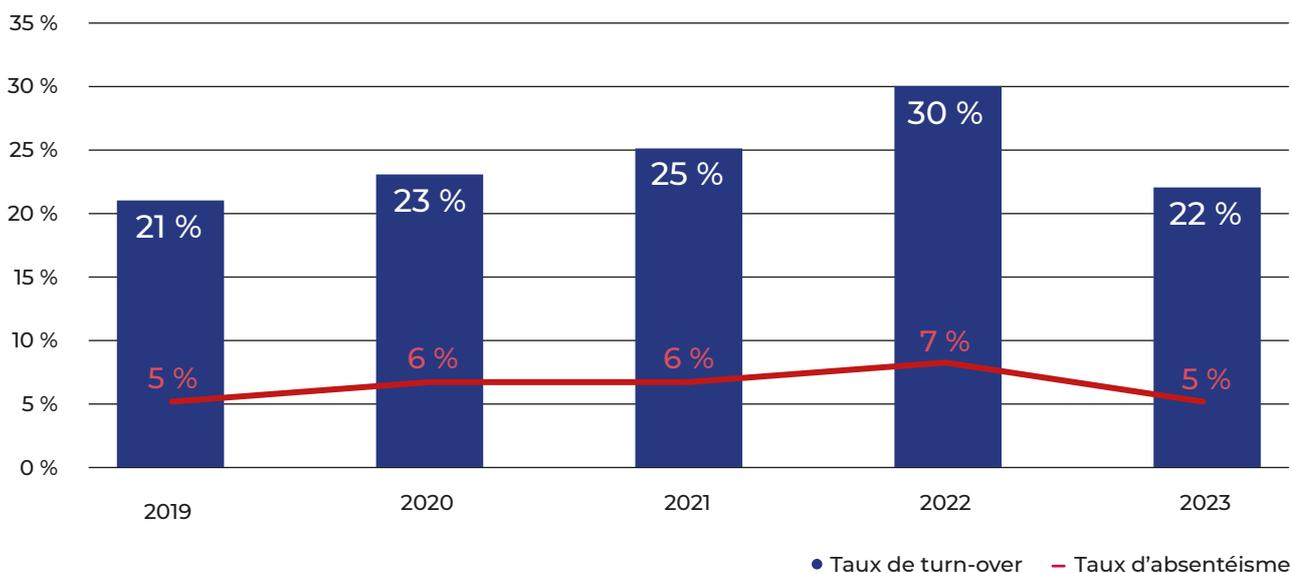
## Évolution du nombre d'heures de formation et du pourcentage des effectifs formés



Les trajectoires du nombre d'heures de formation et des effectifs formés depuis 2019 sont très positives. Nous constatons une tendance à la hausse qui matérialise notre engagement, ainsi que celui des sociétés

de notre portefeuille, à faire évoluer les compétences des collaborateurs afin de leur permettre d'assurer des perspectives de carrière en adéquation avec leurs velléités et les mutations économiques.

## Évolution du turn-over et absentéisme



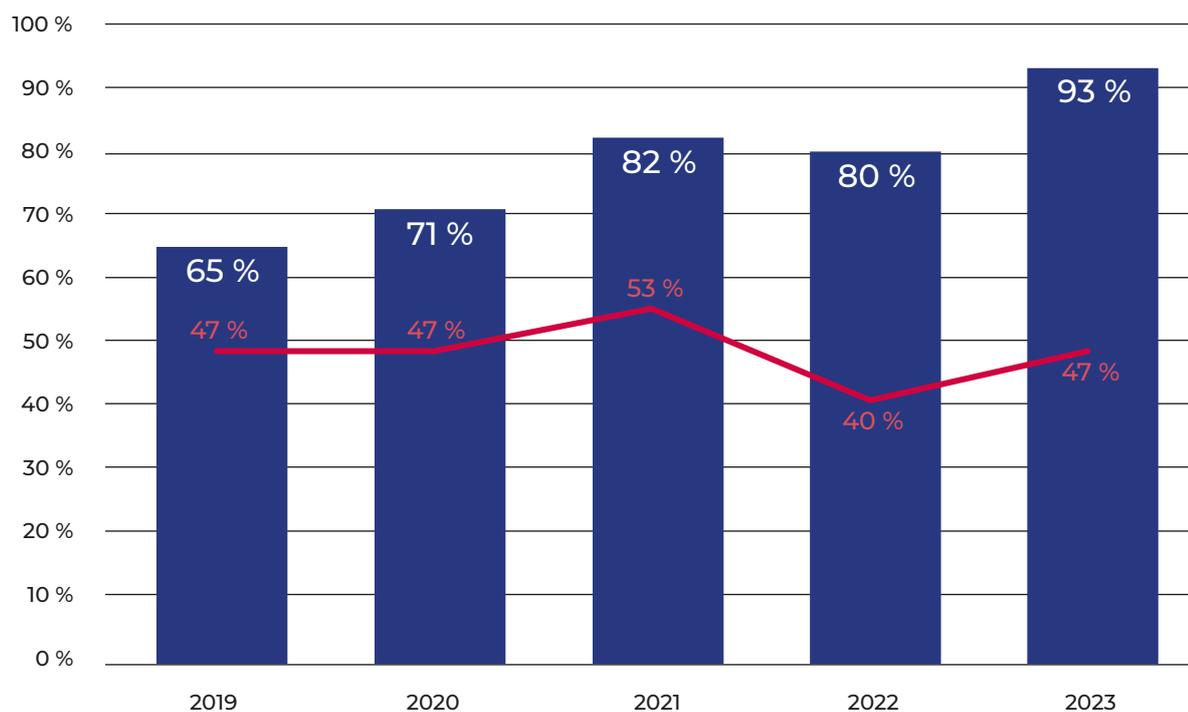
La progression du taux de turnover chez nos affiliés entre 2019 et 2022 est le reflet des tendances globalement observées en France. La pandémie de Covid 19 a eu des impacts

importants. Les actions spécifiques déployées chez certains de nos affiliés (enquête climat social, travail sur le bien-être des équipes...) permettent d'inverser la tendance.



### 4.3 - KPIs de gouvernance

#### Évolution du dispositif RSE

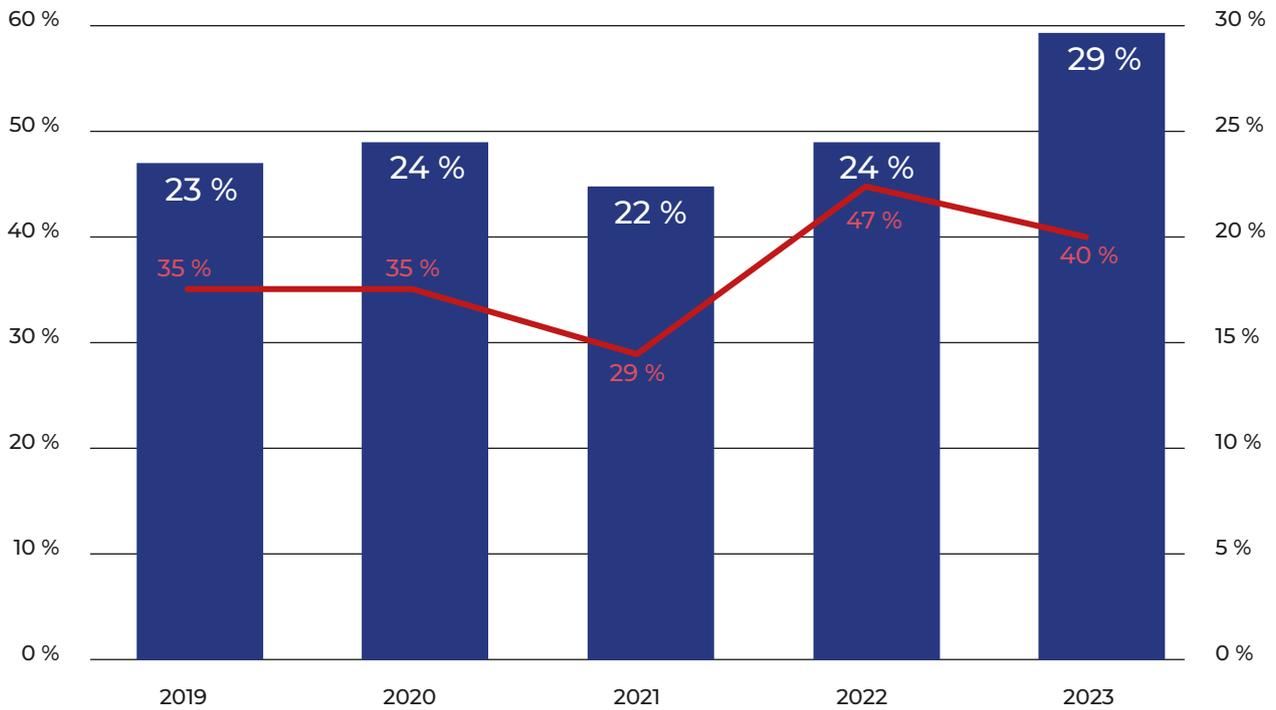


● Pourcentage de sociétés ayant désigné un référent RSE

— Pourcentage de sociétés ayant mis en place un code de gouvernance ou une charte éthique



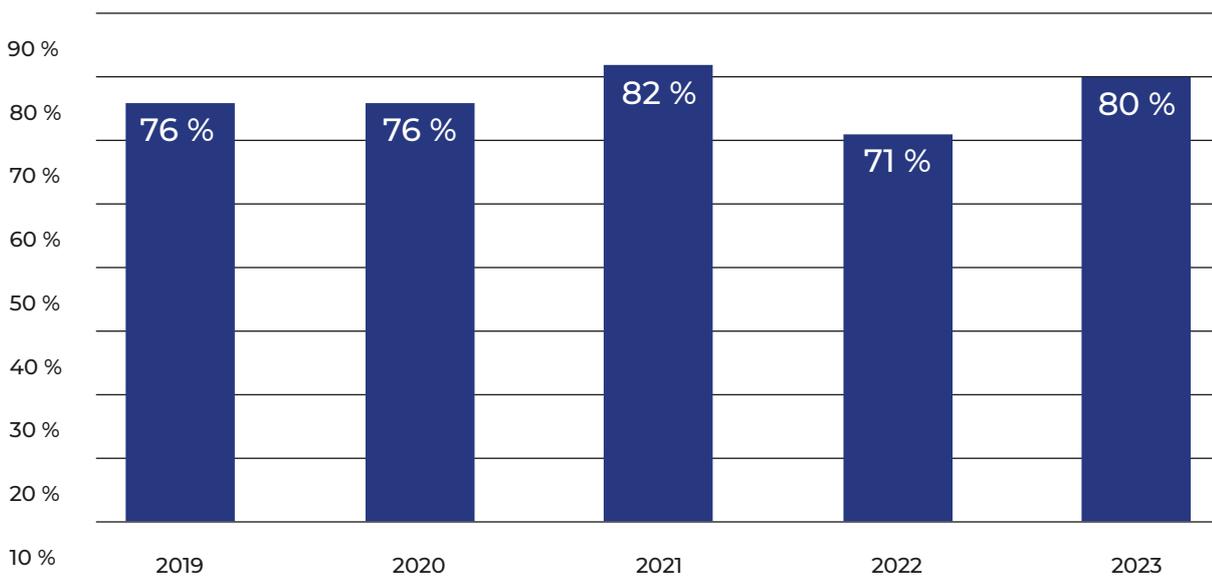
## Évolution de la composition des organes sociaux



Azulis porte une attention particulière à ce que les organes sociaux soient plus paritaires et intègrent des membres indépendants.

- Pourcentage de femmes au sein du CA ou CS
- Pourcentage de sociétés affiliées ayant un administrateur indépendant

## Pourcentage des sociétés du portefeuille ayant mis en place une politique d'intéressement



Azulis Capital encourage les directions à mettre en place des mécanismes de partage de la valeur, lorsque ce n'est pas encore le cas, dès son entrée au capital. Cela peut passer par

la mise en place, ou le renforcement, de mécanismes d'intéressement aux résultats de l'entreprise, un élargissement de l'actionnariat salarié (Manco, FCPE...).

## 4.4 - Principales incidences négatives (PAI)

		unité Catégorie SFDR	MMF V art. 6	MMF 6 art. 8
<b>PAI n°1</b>	Emissions carbone du portefeuille (tCO <sub>2</sub> eq.)	tCO <sub>2</sub> eq. / Scope 1 Scope 2 Scope 3	51 197 1 079 11 50 107	23 777 935 54 22 789
<b>PAI n°2</b>	Empreinte carbone du portefeuille	tCO <sub>2</sub> eq. / M€ d'actifs gérés	764	237
<b>PAI n°3</b>	Intensité carbone du portefeuille	tCO <sub>2</sub> eq. / M€ de CA	867	247
<b>PAI n°4</b>	Exposition au secteur des énergies fossiles		0%	0%
<b>PAI n°5</b>	Part des énergies consommées provenant de sources non renouvelables		54%	98%
<b>PAI n°6</b>	Consommation d'énergie	GWh / M€ de CA	0,019	0,181
<b>PAI n°7</b>	Part des activités impactant négativement la biodiversité		n.d.	n.d.
<b>PAI n°8</b>	Pollution des eaux causée par les principaux polluants	en tonnes / M€ investi	0,000	0,000
<b>PAI n°9</b>	Production de déchets dangereux	en tonnes / M€ investi	0,000	0,340
<b>PAI n°10</b>	Part des investissements en violation du Pacte Mondial des Nations Unies		0%	0%
<b>PAI n°11</b>	Part des investissements ne disposant pas de mécanisme de surveillance du Pacte Mondial des Nations Unies		100%	100%
<b>PAI n°12</b>	Ecart moyen non ajusté de rémunération entre les genres		13,4%	6,7%
<b>PAI n°13</b>	% de femmes au sein des organes de gouvernance		30%	26%
<b>PAI n°14</b>	Part des investissements impliqués dans les mines antipersonnel, armes à sous-munitions, armes chimiques et biologiques		0%	0%

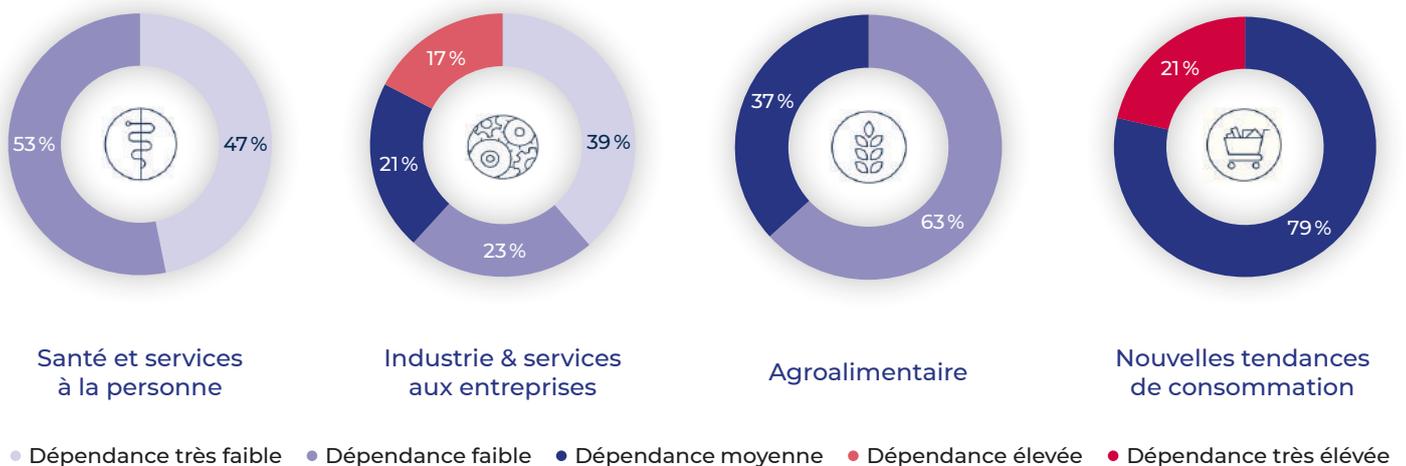
## 4.5 - Impact et dépendance Biodiversité

Face à l'importance des enjeux liés à la forte dégradation de la biodiversité nous avons engagé plusieurs initiatives visant :

- / à sensibiliser nos partenaires affiliés aux nombreux risques physiques et systémiques engendrés par la perte de biodiversité ;
- / à entreprendre le suivi de l'empreinte (dépendance et impact) biodiversité de l'ensemble des entreprises de notre portefeuille afin d'être en mesure dans une seconde étape de définir des trajectoires d'évitement, de réduction et de compensation des dégradations de la biodiversité en s'inscrivant dans un cadre méthodologique reconnu.

Nous avons ainsi mené une analyse de matérialité via l'outil **ENCORE** (Exploring Natural Capital Opportunities, Risks and Exposure) qui nous a permis d'obtenir une première analyse des facteurs d'impact et de dépendance de notre portefeuille ainsi que leur niveau d'intensité et ce, en fonction des secteurs d'activités. Bien que cet outil permette une première approche de double matérialité uniquement sectorielle, sans toutefois tenir compte des caractéristiques propres à chaque entreprise, les résultats obtenus constituent néanmoins une étape importante dans le suivi que nous souhaitons réaliser en nous permettant d'identifier et hiérarchiser des points d'attention.

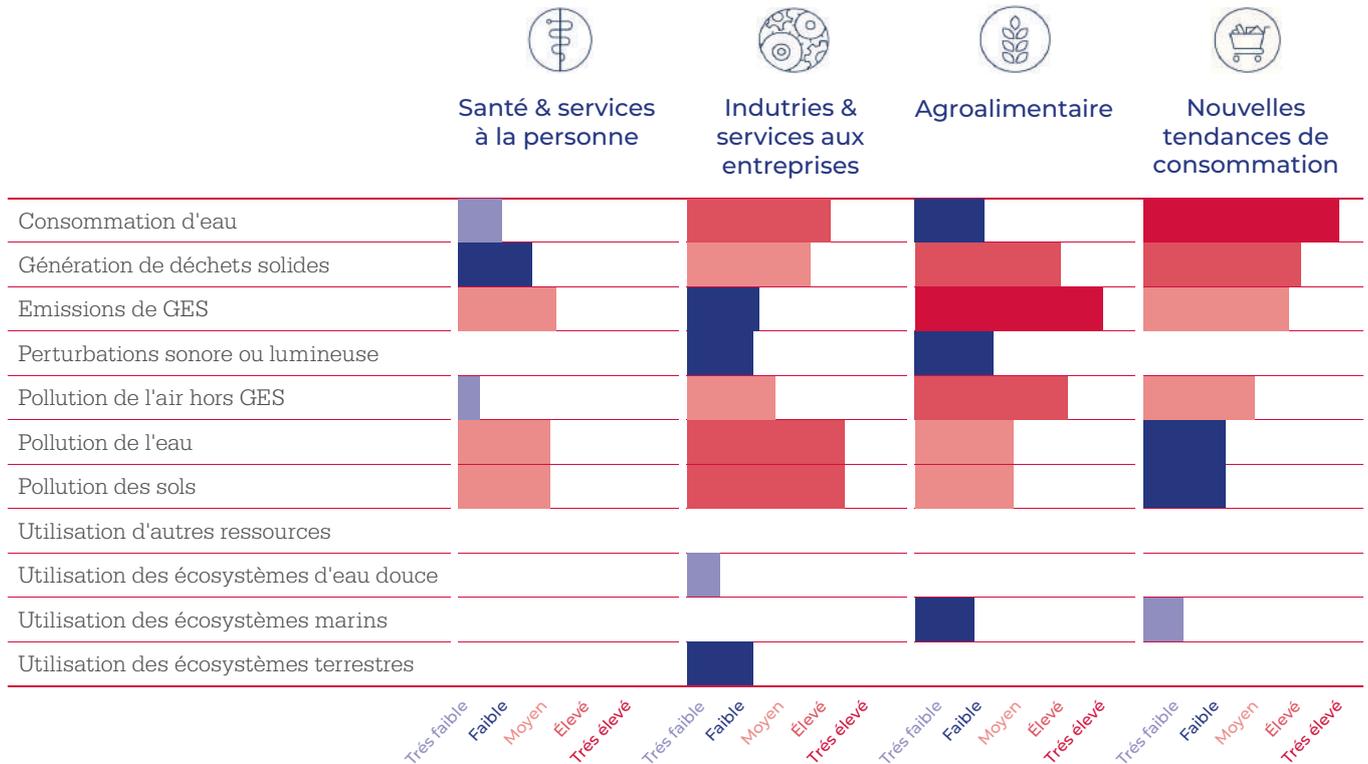
### Dépendance des entreprises affiliées aux écosystèmes par secteur d'activité



Si de multiples facteurs de dépendance ont été identifiés, leur intensité demeure en majorité faible. Le seul secteur d'activité présentant un niveau de dépendance très élevé est le textile

(intégré au secteur des Nouvelles tendances de consommation), avec notamment une très forte vulnérabilité aux disponibilités en eau.

## Impacts des entreprises affiliées sur les écosystèmes par secteur d'activité



Concernant les impacts, la très grande majorité des facteurs est distribuée entre les niveaux Faible et Fort. La consommation d'eau se démarque négativement des autres facteurs.

Cela est principalement imputable, là encore, au secteur du textile dont les processus de production sont très demandeurs en ressource hydrique.

En parallèle de cette approche de matérialité, nous avons participé, à l'initiative de CDC Biodiversité, et aux côtés de quatre autres fonds d'investissement, à un groupe de travail pour adapter au monde du Private Equity un outil de mesure, le Global Biodiversity Score, et pour développer une méthodologie applicable à tous les portefeuilles. Parmi nos entreprises partenaires, La Phocéenne de Cosmétique a accepté de contribuer à la réalisation de cette première mesure quantitative approfondie. Les résultats obtenus ont défini le niveau de dépendance global

de cette entreprise comme faible, tant au niveau des opérations directes que de la chaîne d'approvisionnement. Cette étude nous a cependant permis d'identifier plusieurs matières premières clés comme les principaux vecteurs d'impact sur la biodiversité et constitue ainsi un point de départ pour La Phocéenne de Cosmétique pour travailler sur l'élaboration d'une trajectoire de réduction de son empreinte et poursuivre ses réflexions au sujet de la durabilité de ses filières d'approvisionnement en matières premières.





AZULIS CAPITAL  
24,RUE ROYALE, 75008 PARIS  
+33 (0)1 42 98 70 20  
[CONTACT@AZULISCAPITAL.FR](mailto:CONTACT@AZULISCAPITAL.FR)