

Rapport d'engagement ESG année 2022

Introduction

Le document ci-joint rassemble les différents éléments de la politique d'engagement avec les entreprises établie par Fideas Capital. Cette politique d'engagement est motivée par un besoin de compréhension des enjeux Environnementaux, Sociaux et de Gouvernance (ESG) pour les entreprises, et de transparence quant à nos choix d'investissement auprès de celles-ci afin d'améliorer leur performance, notamment environnementale.

La politique d'engagement avec les entreprises sur les problématiques ESG est un des piliers de labellisation pour le label ISR, obtenu pour le fonds Fideas **SmartforClimate** Actions Eurozone. Ce document détaille notre motivation et nos méthodes d'engagement auprès des entreprises, présente les différentes questions que nous leur avons posées, et les conclusions que nous établissons après les entretiens d'engagement. La politique de vote de Fideas Capital y est également détaillée.

Extrait du référentiel pour le label ISR :

Pilier IV – La politique d'engagement ESG (dialogue et vote) avec les émetteurs

Critère 4 : La politique générale de vote et les moyens mis en œuvre sont cohérents avec les objectifs du fonds :

- a) La politique de vote doit avoir été formalisée par la société de gestion et publiée sur le site internet de la société de gestion. A cet effet, le fonds fournit le dernier rapport de contrôle interne réalisé par le RCCI portant sur la mise en œuvre de la politique de vote.
- b) La société de gestion décrit sa politique de vote, notamment au regard de sa recherche d'impacts ESG, en précisant :
 - i. Le contenu de la politique d'engagement ESG formalisée (notamment : dépôt de résolutions, mise sous surveillance de sociétés en cas de controverse, ...)
 - ii. Le contenu de la politique de vote ESG formalisée, en indiquant le taux de vote (nombre de déposées, par catégorie E, S et G).
 - iii. Si les votes du fonds sont publiés ;
 - iv. Les moyens humains, ou les moyens externes (conseil), dédiés à la politique d'engagement et de vote ESG et leur articulation avec les moyens de recherche ESG ;
 - v. Nombre d'émetteurs avec lesquels le fonds est entré en relation, nombre de démarches engagées vis-à-vis des émetteurs, des exemples, le cas échéant, de succès et d'échecs. Ce nombre sera rapporté au nombre d'émetteurs de l'univers investi ESG
 - vi. En quoi cette politique d'engagement et de vote est cohérente avec la recherche d'impacts ESG du fonds.
- c) Le fonds décrit toute autre action significative entreprise auprès des émetteurs du portefeuille

Principes de l'engagement pour l'année 2022

Motivations de la politique d'engagement

La politique d'engagement ESG a été poursuivie en 2022 dans la continuité de la politique de 2021. Elle concerne les entreprises de la zone euro, l'univers d'investissement du fonds labellisé ISR Fideas **SmartforClimate** Actions Eurozone. L'engagement est essentiel pour une compréhension fine des enjeux ESG d'une entreprise et, de manière plus générale, à l'industrie dont elle fait partie. La politique d'engagement mise en place par Fideas répond à un besoin de clarifier et d'approfondir les données quantitatives issues de l'entreprise elle-même et des fournisseurs (privés et publics) de données ESG. A cet égard, les entretiens d'engagement sont un moyen très efficace d'obtenir des informations précises sur les stratégies des entreprises et les moyens de mise en œuvre de leur politique de transition bas-carbone.

L'engagement direct avec les entreprises permet ainsi de mieux évaluer ses ambitions et ses motivations pour le climat. Les pratiques de « greenwashing » sont très facilement repérées. L'entretien d'engagement est un excellent moyen de distinguer les entreprises réellement engagées dans la transition bas-carbone, consacrant des efforts considérables pour réduire leur impact sur le climat, quelle que soit leur empreinte carbone initiale. Un engagement régulier permet également de surveiller si les performances environnementales d'une entreprise sont cohérentes avec les objectifs environnementaux annoncés.

Les entretiens permettent également de présenter la méthodologie **SmartforClimate**, et de l'apprécier, en apportant des informations complémentaires, sur la performance environnementale des entreprises. Ces informations, souvent qualitatives, ne sont pas toujours reflétées dans les notations des bases de données ESG ni dans les rapports ESG annuels diffusés dans les entreprises. Elles nous permettent d'améliorer notre modèle **SmartforClimate** et de mieux refléter la performance des entreprises.

Méthodes d'engagement

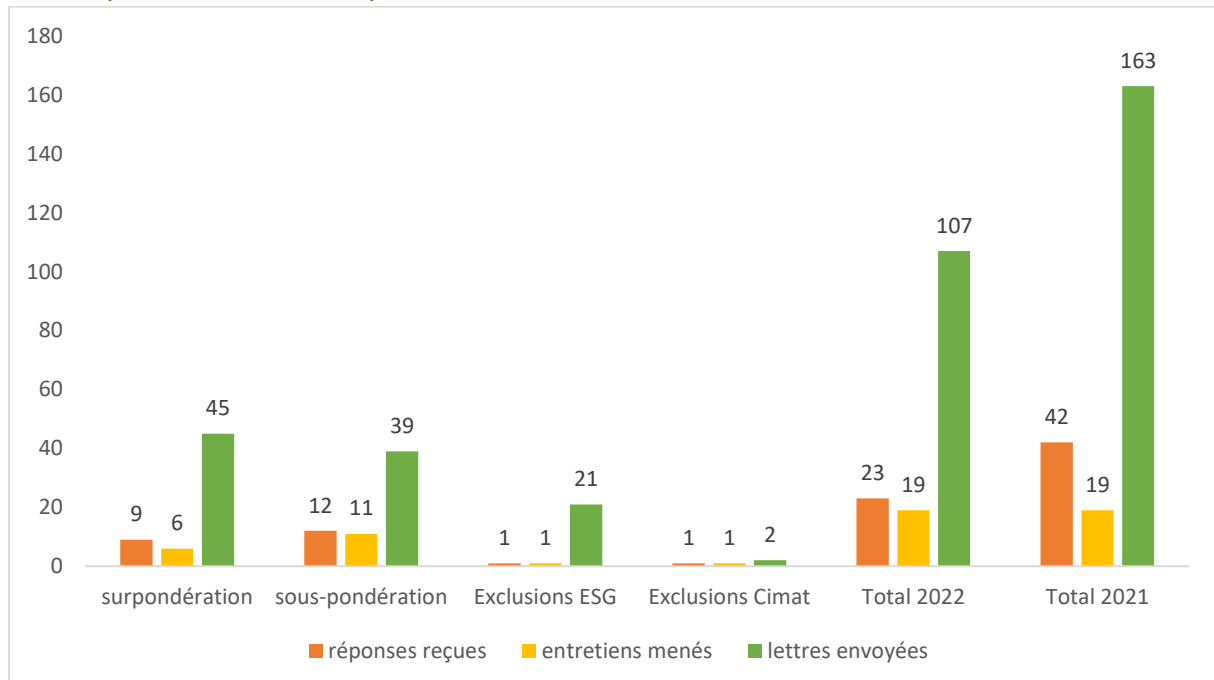
En octobre 2022, après le troisième rebalancement trimestriel du portefeuille Fideas **SmartforClimate** Actions Eurozone, nous avons envoyé 107 lettres d'engagement à des entreprises de l'univers d'investissement dans l'Eurozone. Les critères de sélection des entreprises étaient les suivants :

- Les entreprises avec une surpondération supérieure à 50% de leur poids initial dans le portefeuille Fideas **SmartforClimate** Actions Eurozone par rapport à son indice multi-facteur de référence, avec un ciblage des secteurs les plus concernés par la transition écologique.
- Les entreprises avec une sous-pondération d'au moins 30% dans le portefeuille Fideas **SmartforClimate** Actions Eurozone par rapport à cet indice
- Toutes les entreprises exclues du portefeuille pour des critères environnementaux
- Toutes les entreprises exclues du portefeuille pour des critères environnementaux et des critères sociaux ou de gouvernance
- Des entreprises ne répondant pas aux critères précédents du secteur automobile et du secteur de l'énergie
- Les entreprises avec lesquelles nous avons eu un entretien d'engagement l'année précédente

Une lettre d'engagement contenait les données d'émissions en gaz à effet de serre Scope 1, Scope 2 et Scope 3 amont (en tCO₂eq/USD millions de chiffre d'affaires) issues de la base de données Trucost pour l'entreprise correspondante, la note du questionnaire CDP, la participation éventuelle à l'initiative Science-Based Targets et les raisons du changement de pondération dans le portefeuille ou de l'exclusion. Toutes les lettres invitaient les entreprises à un entretien plus approfondi si elles le souhaitaient. Jointe à ces lettres, une présentation détaillée de la méthodologie de notation et de repondération des entreprises dans le portefeuille.

En cas de réponse de l'entreprise, les échanges se poursuivaient par email ou, dans la majorité des cas, par un entretien d'une heure, uniquement consacré aux problématiques ESG.

Statistiques d'envoi et de réponse



107 lettres d'engagement ont été envoyées en octobre 2022. Nous avons envoyé 56 lettres de moins que l'année dernière : nous avons en effet préféré nous concentrer sur les entreprises des secteurs que nous connaissons les mieux ainsi que sur celles que nous avons déjà rencontrées. Nous souhaitons ainsi pouvoir échanger de manière plus approfondie, tant pour nous que pour nos interlocuteurs, avec une connaissance fine de la stratégie extra-financière de l'entreprise.

Par ce choix de ciblage et par l'envoi de la méthodologie détaillée qui donnait plus d'informations pour les entreprises, le taux de réponses obtenues est plus resserré que les années précédentes, même si le nombre d'engagements reste stable par rapport à 2021. Nous avons en effet mené **19 entretiens d'engagement**, jusqu'en janvier 2023.

De la même manière que lors des campagnes d'engagement menées en 2020 et 2021, le taux de réponse est le plus élevé pour les entreprises exclues du portefeuille selon des critères climatiques, et les entreprises sous-pondérées dans le portefeuille. Nous notons également

une **amélioration** du taux de **réponse des entreprises françaises** par rapport à la campagne de 2021, tant dans les échanges de mails que dans les entretiens menés.

Nous constatons cependant un taux de réponse relativement faible pour les entreprises surpondérées dans le portefeuille (20%). Par ailleurs nous regrettons que, cette année encore, le taux de réponse des entreprises exclues pour des raisons à la fois environnementales, sociales et de gouvernance soit significativement **faible** (5%).

La majorité des entreprises concernées par la politique d'engagement appartiennent à des secteurs dits « sensibles » à une politique d'investissement bas-carbone : ils contiennent l'immense majorité de l'empreinte carbone globale. Les entreprises nous ayant répondu viennent de secteurs très variés, ce qui engendre des approches différentes pour les entretiens d'engagement.

Contenu des entretiens

Les entretiens d'engagement durent **une heure** en moyenne, avec l'envoi en amont de l'entretien d'une liste de questions. Nous avons établi une liste standardisée de questions, afin d'établir une comparaison homogène entre les entreprises. Cela nous aide également à mieux cerner les motivations des entreprises et le niveau d'intégration des problématiques ESG dans leurs stratégies.

Exemples de questions posées

Pratiques d'engagement :

1. Etes-vous en contact régulier, sous quelle forme avec des agences de notation ESG comme :
 - a. Trucost ?
 - b. Sustainalytics ?
- Ainsi qu'avec des initiatives comme :
 - c. Carbon Disclosure Project ?
 - d. Science Based Targets Initiative ?
 - e. Autres ?

Contexte : action pour le climat dans l'entreprise

2. Quelles sont vos motivations pour intégrer une stratégie climat dans votre business model :
 - a. Anticipation du coût du carbone ?
 - b. Réputation et image de l'entreprise ?
 - c. Comportement des consommateurs / opportunité commerciale ?
3. Comment les données Scope 3 de l'entreprise sont comptabilisées et publiées ?
4. Avez-vous mis en place une stratégie pour gérer les risques climatiques ? Notamment les risques physiques liés au changement climatique, qui pourraient fortement impacter vos activités ?
5. Participez-vous à un programme d'échange de quotas carbone ?
6. Avez-vous fixé un prix interne du carbone pour votre stratégie financière et opérationnelle ?
7. Quel pourcentage du budget R&D est alloué à des mesures pour réduire vos émissions ?

Objectifs de réduction des émissions carbone, autres objectifs ESG et stratégie de long terme

8. Avez-vous mis en place des objectifs de réduction de la trace carbone de votre entreprise à court, moyen et long-terme ? Si oui, avez-vous chiffré ces objectifs en valeur absolue (équivalent tonnes de CO₂) ?
9. **Pour les entreprises déjà rencontrées en 2020 ou 2021** : avez-vous revu vos objectifs à la hausse ?
10. Votre stratégie ESG est-elle appliquée au niveau stratégique (ce qui implique de travailler avec les membres de la chaîne de valeur de vos produits) ? Opérationnel ?



11. Avez-vous établi des objectifs de réduction de la trace carbone avec un organisme externe ?
Par exemple le SBTi ? Pour quels scopes d'émissions ?
12. Travaillez-vous avec un organisme externe sur les questions ESG ?

Gouvernance ESG

13. L'entreprise a-t-elle nommé un membre du conseil d'administration ou un comité du conseil d'administration chargé explicitement de superviser la politique sur le changement climatique ?
Quelle est la gouvernance générale et l'organisation de l'action climatique au sein de votre entreprise ?
14. La rémunération des cadres dirigeants de l'entreprise intègre-t-elle les performances en matière de changement climatique ?

Cette liste correspond à la liste standard de questions. Elle n'est cependant pas exhaustive, car les entretiens et les questions s'adaptent aux métiers des interlocuteurs, ainsi qu'aux informations publiées en amont des entretiens.

Nous nous sommes également intéressés, pour les activités concernées par la nouvelle taxonomie européenne, à leurs éligibilités et alignements sur CAPEX, OPEX et chiffre d'affaires.

Interlocuteurs

Les lettres d'engagement étaient envoyées aux services des relations investisseurs, qui étaient dans la grande majorité des cas les interlocuteurs principaux, et systématiquement présents aux entretiens d'engagement.

De manière générale, les entretiens sont plus productifs lorsque des membres des équipes ESG sont présents. Un ou plusieurs membres de l'équipe ESG étaient plus fréquemment présents qu'en 2021 lors des entretiens. Quelques entretiens, dans lesquels seuls des membres de l'équipe Relations Investisseurs étaient présents, n'ont pas été concluants car les réponses à nos questions n'étaient pas assez précises, parfois même inexistantes. Nous continuons donc à encourager les entreprises à faire intervenir leurs équipes ESG durant ces entretiens.

Comme en 2021, nous avons constaté des divergences entre les entreprises sur le nombre d'interlocuteurs mobilisés, leurs fonctions au sein de l'entreprise et leur maîtrise professionnelle des questions techniques liées aux émissions de GES, qui sont au centre de notre courrier d'engagement.

Retour sur les questions

Engagement auprès des investisseurs

Beaucoup plus d'entretiens sont orientés sur les problématiques ESG depuis 4 ans, en témoigne la croissance du nombre de signataires à la Science-based Targets initiative : c'est le cas pour une majorité d'entreprises, qui ont parfois du mal à répondre à toutes les demandes. Nous remarquons que les entreprises n'ayant pas reporté au CDP ne le font généralement pas par manque de moyen plus que par manque de volonté. Les questions sont généralement très dispersées et touchent à des thèmes très larges. Les actions engagées par les entreprises pour répondre aux investisseurs ne sont pas toutes à la hauteur des enjeux, ou paraissent difficilement réalisables dans les temps fixés sur les rapports ESG. Pour d'autres au contraire, la pression qui s'est accentuée de la part des investisseurs a provoqué une revue à la hausse de leurs objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre.

Exemples de réponses :

Nous retrouvons quelques réponses similaires à celles reçues en 2021. Le sujet des données d'émissions a été souvent abordé, comme ce fut le cas l'année précédente :

« Beaucoup d'investisseurs trouvent nos données d'émissions très élevées, il est très courant qu'ils nous contactent afin de clarifier ces données, qui ne sont pas publiées de manière homogène par les agences de notations. »

D'autres réponses n'étaient pas présentes les années précédentes. Elles montrent une prise en compte qui s'accroît de la question climatique par les entreprises.

« Grâce aux avancées techniques rapides dans notre secteur, nous avons déjà atteint nos objectifs de réduction de moyen terme sur nos scopes 1 et 2. Nous nous lançons sur ces scopes le nouveau défi de la « neutralité carbone », horizon 2035. »

« Nous n'avons pas fixé d'objectif de réduction des émissions sur notre scope 3, car il est très difficile à analyser. Il dépend en effet principalement du raffinage d'énergies fossiles. Nous ne sommes pour le moment pas capables de répercuter le prix d'achat de biomasse sur nos prix de vente. »

De plus, certains commentaires témoignaient d'une prise de conscience croissante du problème énergétique chez les consommateurs :

« Nous avons remarqué des changements de comportement dans la consommation de nos clients, notamment à la suite du conflit Russie-Ukraine. Ces changements comptent pour 5% de la baisse de nos émissions sur l'année. »

Enfin, la préservation de la biodiversité et de la planète était un thème récurrent chez nos interlocuteurs, autant lors des entretiens que dans les rapports de durabilité, lus en amont.

Transparence autour de la méthodologie Fideas **SmartforClimate**

Pour la campagne d'engagement 2022, les nouveaux entretiens démarraient par une présentation détaillée de la méthodologie Fideas **SmartforClimate**, les entretiens de suivi commençaient quant à eux par un bref résumé. La transparence montrée par Fideas quant à sa méthodologie de notation a été très appréciée des entreprises. Cela leur permettait notamment :

- De s'informer sur les types de données utilisées (données brutes, notations fournies par les agences de notation ESG, score de reporting, participation à une initiative/engagement pour réduire la trace carbone)
- De comprendre le poids attribué par chacune des données dans la notation globale
- D'identifier des divergences éventuelles dans les données utilisées par rapport aux données des rapports annuels ou rapports extra-financiers.

Les entreprises ont beaucoup apprécié la transparence dans la description de méthodologie, avec de nombreuses questions de compréhension des enjeux et de nos priorités.

Exemples de retours :

Positif : « *Merci beaucoup pour cette description très détaillée de votre méthodologie, peu d'investisseurs nous partagent leurs notations et le raisonnement derrière leur manière d'évaluer la performance extra-financière d'une entreprise.* »

Interrogatif : « *L'utilisation de données brutes est bénéfique pour l'entreprise, nous constatons cependant une divergence entre les données que vous utilisez et les données dans notre rapport annuel. Savez-vous pourquoi ?* »

Constructif : « *L'utilisation de la métrique émissions sur chiffre d'affaires ne nous paraît pas assez approprié pour notre secteur d'activité, votre modèle est-il susceptible d'évoluer vers une autre métrique ?* »

Données d'émissions en gaz à effet de serre

En parallèle de la présentation de la méthodologie Fideas **SmartforClimate**, une discussion était, encore cette année, souvent engagée autour des données utilisées pour noter les entreprises. Si les émissions scope 1 et 2 étaient généralement peu discutées, les émissions scope 3 faisaient l'objet de vérifications plus poussées. La plupart des entreprises avec lesquelles nous nous sommes entretenus ont publié leurs données d'émissions en gaz à effet de serre sur la base de données du CDP, réutilisée par Trucost, notre fournisseur de données pour les émissions de scope 1, 2 et 3 aval. Le scope 3 amont est calculé avec une autre méthodologie, ce qui peut engendrer des différences entre les données des entreprises et celles de Trucost. Nous constatons une fois de plus qu'il existe un délai important entre la publication des données extra-financières pour une année financière donnée par les entreprises et par nos propres fournisseurs de données. Ceci est contraignant pour les entreprises ayant engagé des moyens financiers importants pour diminuer leurs émissions de carbone, et dont les efforts n'étaient pas reflétés dans le score Fideas.

Engagement à moyen et long terme des entreprises

La plupart des entreprises ont établi des objectifs de court, moyen et long terme pour réduire les émissions carbone. Une première échéance est souvent fixée à 2025 ou 2030, et une plus lointaine pour 2050. Les objectifs établis sont très hétérogènes : ils dépendent souvent du secteur industriel de l'entreprise et du niveau d'intégration des problématiques ESG dans la stratégie. Les objectifs de réduction des émissions sont souvent mieux perçus lorsqu'ils sont établis avec un organisme externe, comme le Science-Based Targets Initiative. Ces organismes sont généralement un bon indicateur de l'engagement des entreprises, mais les objectifs établis ne sont pas un gage de performance : certaines entreprises ayant établi un objectif sur les deux dernières années n'ont aucunement réduit leurs émissions sur les 10 dernières années, voire les ont augmentées.

Nous avons constaté un nombre supérieur d'entreprises qui reportent ou prévoient de reporter auprès du CDP. Un nombre non négligeable d'entre elles s'engagent également auprès des fournisseurs de données, notamment avec le « supply chain program » du CDP. Nous notons ici l'impact positif de la législation européenne, obligeant maintenant aux entreprises de plus de 250 salariés de reporter les émissions de scope 3. En plus d'amener une pression sur les entreprises en amont de la chaîne, cela améliore la précision des calculs des émissions par les entreprises et indirectement celle des notations.

Nous recommandons aux entreprises d'établir des objectifs de réduction de leur trace carbone avec un organisme externe, avec des objectifs de court, moyen et long terme afin que les efforts soient linéaires dans le temps.

Pistes d'amélioration

Nous avons regretté que certaines entreprises, pourtant européennes, cotées et de grandes capitalisations boursières, n'aient pour le moment pas réalisé d'audit extra-financier profond. Certaines n'avaient par exemple jamais réalisé de rapport de durabilité et présentaient des chiffres d'émissions au périmètre parfois très incomplet. Nous saluons ainsi la directive européenne de décembre 2022 obligeant les entreprises de plus de 500 salariés à publier à compter de juillet 2024 les informations détaillées sur les questions de durabilité. Nous encourageons les entreprises concernées à s'aligner le plus rapidement sur cette directive.

Enfin, nous regrettons pour certaines entreprises, la présence du discours « Nous finançons des projets luttant contre la déforestation pour compenser nos émissions », qui pourrait s'apparenter à du greenwashing. Nous les encourageons donc à pratiquer la compensation carbone uniquement sur leurs émissions inévitables.

Conclusion

En poursuivant notre politique d'engagement pour notre fond Fideas **SmartforClimate** Actions Eurozone, nous avons continué d'établir un contact durable avec les entreprises les plus exposées à une politique de transition bas-carbone. Nous notons, pour la plupart des entreprises rencontrées, un engagement fort pour la transition bas-carbone, notamment avec un appui accru de certains organismes externes tels que la Science-Based Targets initiative.

L'engagement des entreprises pour le climat est plus que jamais nécessaire et doit être accéléré. Les efforts de certaines entreprises, parmi les plus polluantes, est visible ; il est cependant plus difficile de déterminer si ces efforts s'inscrivent dans une trajectoire compatible avec l'Accord de Paris : le manque de cohérence des données entre celles fournies par les entreprises et celles fournies par les agences de notation en est la cause principale.

Nous encourageons un dialogue accru de la part des entreprises avec les principaux fournisseurs de données ESG pour une plus grande cohérence entre les données d'impact environnemental. Nous les incitons à continuer de collaborer avec les plateformes comme le Carbon Disclosure Project (CDP) ou la Science Based Targets Initiative (SBTI).

Nous souhaitons poursuivre nos efforts d'engagement et de dialogue actionnarial avec les entreprises, en multipliant les occasions d'échange au cours de l'année 2023 et en étendant la zone géographique des destinataires concernés par la campagne d'engagement.

Nous notons également trois points importants :

- L'engagement personnel d'un investisseur (par opposition à sa délégation à un groupe) est une occasion unique de dialogue et d'approfondissement des problématiques propres au secteur,
- L'engagement auprès d'entreprises exclues de nos portefeuilles (donc dont nous ne sommes PAS actionnaires) nous a semblé aussi efficace pour porter un souhait d'amélioration, que celui auprès d'entreprises dont nous sommes actionnaires,
- L'engagement sur plusieurs années avec une entreprise est efficace puisqu'il permet de rendre compte des progrès et de cibler les principaux défis du secteur.