

Pré-Rapport RSE 2022



Emil Frey France

Éditorial	3
Le pré-rapport	4
Emil Frey France en bref	6
Notre modèle d'affaire	10
Analyse de matérialité et enjeux	12
Environnement : nos actions	16
Social : nos actions	18
Gouvernance : nos actions	20

édito.



Hervé Miralles
Président Emil Frey France
et Belgique

Créer une distribution spécialisée dans la mobilité durable pour et avec nos clients, nos collaborateurs et nos partenaires.

Sur fond d'une crise sanitaire qui a bouleversé nos vies, d'une instabilité géopolitique aux pires menaces et d'une révolution du secteur automobile, nous voilà embarqués dans un nouveau monde : un monde dans lequel les préoccupations environnementales vont occuper une place majeure dans la transformation des modèles économiques, soutenue par la communauté scientifique et la société civile et favorisée en France et en Europe par de nouvelles réglementations.

En véritable leader et moteur, nous devons être un acteur majeur et, un modèle de la transformation des entreprises sur notre secteur. Notre objectif : créer une distribution spécialisée dans la mobilité durable pour et avec nos clients, nos collaborateurs et nos partenaires.

En effet, bien que la durabilité de nos activités et de notre performance aient toujours fait partie de nos priorités, nous avons la responsabilité d'intégrer les enjeux ESG (environnementaux, sociaux et de gouvernance) au cœur de notre vision et de notre stratégie long terme. Il s'agit d'une nécessité. Nous en avons fait une priorité en créant en 2022, un comité RSE en charge d'initier, de matérialiser et de structurer notre démarche RSE.

Nous avons déjà engagé quelques actions (sobriété énergétique, consommation d'énergie verte, électrification de nos flottes de véhicules, la mise en place d'équipe projets pour une plus grande agilité et adaptabilité..) mais nous ne nous arrêterons pas là pour contribuer à un environnement et une société plus durables. Collectivement, nous réussirons ce double challenge de transformation de notre secteur et d'intégration des enjeux RSE.

Je vous souhaite une bonne lecture !



**Prendre conscience de l'impact
de chacune des activités du Groupe
sur l'environnement et la société**

Le pré-rapport



Sous l'impulsion de la Direction, début 2022, le groupe Emil Frey France a initié une première réflexion sur sa responsabilité sociétale en nommant un responsable RSE et en créant un comité dédié.

Ce comité composé de collaborateurs du Groupe, tous issus d'environnements et de domaines divers, s'est attelé à identifier les enjeux clés, les sous-enjeux et les indicateurs de mesure permettant d'établir les bases de la démarche RSE d'Emil Frey France.

Les principes qui ont guidé leur travail : prendre conscience de l'impact de chacune des activités du Groupe sur l'environnement et la société, identifier ses grands enjeux RSE et intégrer ces préoccupations environnementales, sociétales et de gouvernance à son modèle d'affaire pour contribuer à avoir un impact positif sur la société et l'environnement.

Après de nombreuses réflexions et face à la complexité du groupe Emil Frey France, le comité a choisi d'établir un modèle d'affaires illustré permettant d'intégrer toutes les activités et parties prenantes du Groupe ainsi que son mode de fonctionnement.

Ce rapport a pour vocation de présenter les premiers éléments établis du comité en attendant de définir les objectifs précis et de construire les politiques d'actions nécessaires sur chacun de ses enjeux.

Il présente le Groupe, son contexte et modèle d'affaire, son analyse de matérialité, identifie les enjeux et sous-enjeux clés vus sous le prisme des Objectifs de Développement Durables et recense les objectifs et actions actuellement mises en place.

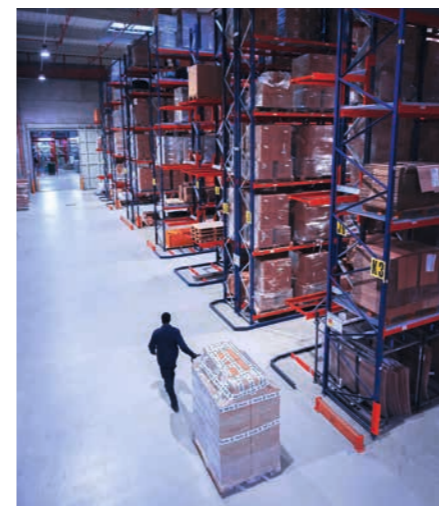


**Le Groupe se doit d'opérer
une transformation
sans précédent en y intégrant
les enjeux de la RSE**



Emil Frey France

en bref



Leader et moteur sur le secteur des services de l'automobile, deux roues et véhicules industriels, Emil Frey France est un groupe aux activités diversifiées mais toujours en lien avec le secteur de la mobilité.

Avec plus de 300 entreprises, le Groupe se développe sur plusieurs branches d'activité : la distribution automobile et moto avec son réseau de plus de 250 concessions et sa marque Autosphere, la distribution de véhicules industriels avec le groupe Kertrucks, la conception et distribution de pièces détachées avec MGA, Dispro, Flauraud, Barrault et FLSA, le sourcing et la rénovation de véhicules d'occasion avec Autosphere.pro et CRVO et l'importation des marques Mitsubishi, Subaru et TVS.

Emil Frey France évolue dans un monde en pleine transformation qui questionne notre rapport à la mobilité et qui bouleverse nos modes de fonctionnement et les modèles d'affaires des entreprises du secteur.

Faisant face aux changements de politique des constructeurs, aux nouvelles réglementations, à la digitalisation, aux nouveaux modes de consommation de la voiture, aux changements des attentes des collaborateurs et candidats, à l'arrivée de nouvelles technologies et techniques, aux nouvelles problématiques environnementales et sociétales, le Groupe se doit d'opérer une transformation sans précédent en y intégrant les enjeux de la RSE. Ces changements sont porteurs d'enjeux stratégiques inédits et incontournables pour le secteur.

Toujours en mouvement, jamais arrêté sur ses idées et acquis, Emil Frey France remet sans cesse en question les modèles de distribution établis pour réinventer et proposer des solutions au plus près des besoins et des attentes des clients. Sa marque de distribution propre : autosphere en est une illustration.

À travers cet engagement, le Groupe continue de prendre sa part dans la transformation de ce secteur et à accompagner les initiatives qui permettront de réduire significativement son empreinte carbone dans les années à venir.



Chiffres clés 2022

4,9

milliards d'€
de CA en 2022

9400

collaborateurs

+ de 300 entités

50 ans
d'expertise sur
le marché français

2 grands secteurs
d'activités

L'industrie et les services
de la distribution spécialisée

4 grands types
de métiers



+ de 13 filiales et 1 marque
de distribution automobile
propre et unique **autosphere**



Distribution auto

250 000

véhicules vendus
(neufs et occasions)

266

concessions

29

marques auto / moto
distribuées

Nos valeurs

Héritées de notre histoire, nos valeurs : culture du résultat, relations humaines et intrapreneuriat, incarnent notre culture, notre état d'esprit. Partager et cultiver ces valeurs nous unit tous autour d'un socle commun solide. Elles sont notre moteur.



La culture
du résultat



Les relations
humaines



L'intrapreneuriat

Notre modèle d'affaires

Notre modèle est un modèle de création de valeur orienté client et bâti sur l'économie circulaire. Il se résume ainsi « être un acteur leader responsable et moteur d'une distribution durable de mobilités pour tous ».

Notre mission

En tant qu'acteur majeur de la distribution automobile, avec des équipes intrapreneuriales, fondamentalement humaines et orientées clients, notre ambition est de nous transformer pour nous adapter de façon durable et rentable aux défis environnementaux, sociétaux et réglementaires du secteur de la mobilité.

Nos ressources et capitaux

Un mix de talents pour un service de qualité au quotidien

9398 femmes et hommes qualifiés formés aux méthodes d'Emil Frey France et de ses marques ainsi qu'à celles des constructeurs représentés.
Répartis sur plus de 300 sites sur le territoire français
94,9% sur des fonctions opérationnelles
5,1% sur des fonctions support
Une expertise digitale et technologie de l'information forte de 75 experts

Un centre de relations clients à distance de 92 personnes
Un organisme de formation interne : EFF-Academy
Sellscar, une école formant aux métiers de la distribution automobile
Une ancienneté moyenne de 7 ans
Une culture d'entreprise exigeante mais juste

Une présence forte sur l'ensemble du territoire français

266 concessions en France +
40% du groupe Bernard
29 marques automobile distribuées
15 sites industriels et logistiques
750 000 m² de bâtiments exploités dont 50% en propriété propre
Une offre de services complète

Une organisation autonome et puissante

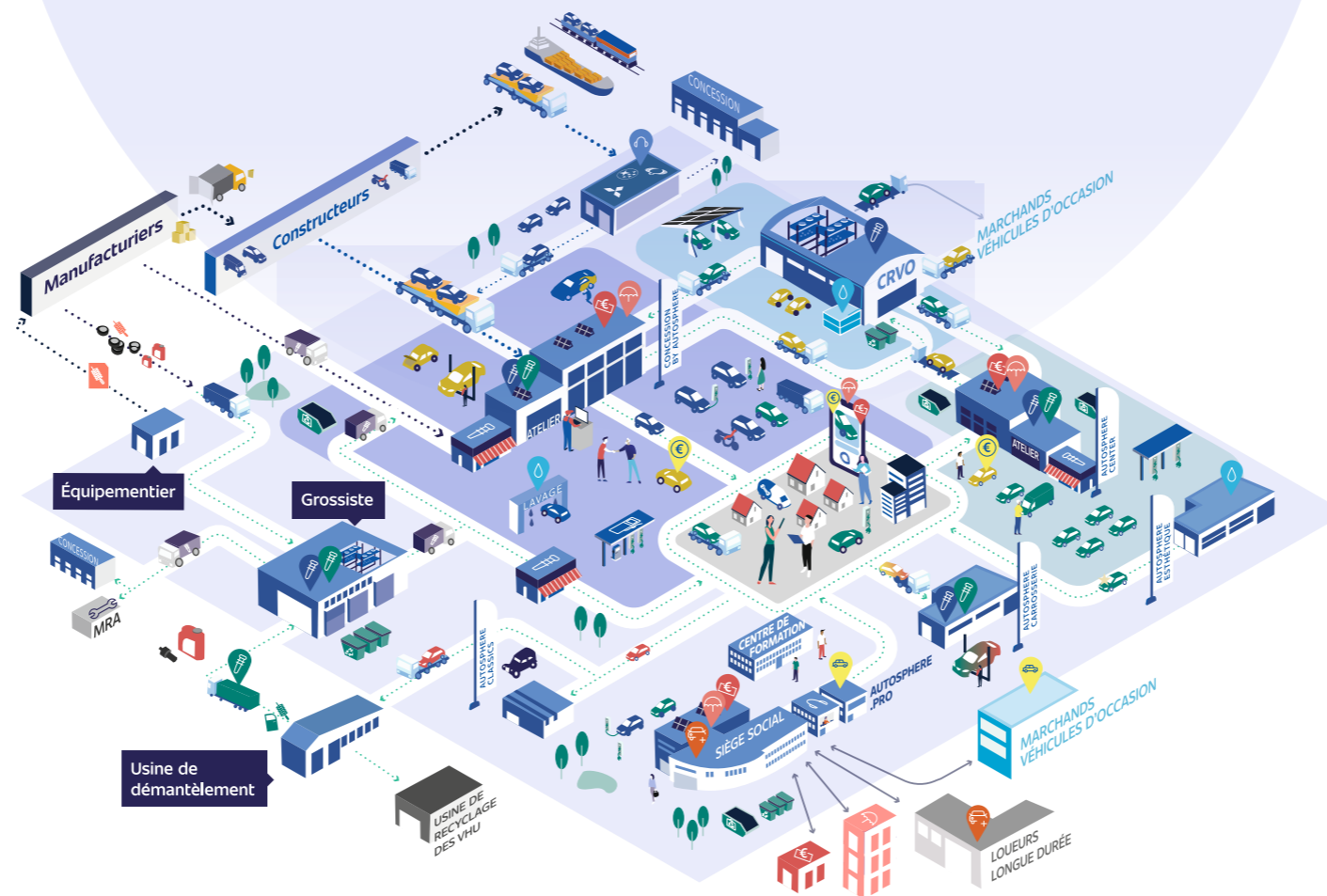
Force de négociation et de réseaux d'un groupe européen
Principe d'autonomie décisionnaire locale
Une organisation matricielle avec des expertises métiers en support de notre réseau
Actionnariat stable & familial

Un portefeuille clients et fournisseurs conséquent

+ de 5 M de clients (particuliers & sociétés)
+ 600 fournisseurs respectant les obligations sociales

Une structure financière solide au service de la transformation

652 M€ de fonds propres et Gearing : 62%
100% des bénéfices réinvestis dans la société



Nos défis

Nous transformons face aux bouleversements de l'écosystème en développant une organisation capable d'anticiper et de nous adapter aux différents changements :

- **réinventer une expérience client en phase** avec les nouveaux comportements de consommation de la mobilité
- **métamorphoser notre Business Modèle** afin de nous adapter aux problématiques sociétales et environnementales
- **refondre notre organisation.**



Nos atouts

Une position de leader incontestée et d'expert de la distribution de véhicules :

N° 1 de la distribution automobile en France avec 29 constructeurs partenaires
5,5 % des parts de marché véhicules à particulier français
50 ans d'expertise sur le marché français
Présence nationale
Une maîtrise avancée de la chaîne de valeur de son secteur : la distribution de véhicules.
1 marque de distribution automobile propre et unique : Autosphere
Partenariats stratégiques : BCAuto enchères, Arval, CGI Finance, Coyote..

Les valeurs que nous créons et partageons

Attention portée aux collaborateurs :

470 M€ salaires et charges sociales
48% des effectifs formés en 2022
22,7% de femmes dans l'effectif dont 19,7% dans les fonctions de management
2,61% d'emploi de personnes en situation de Handicap
7,4% de contrats stages, alternances
73 733 heures de formation dispensées en 2022
4 471 salariés ont bénéficié d'au moins une formation
35 diplômés Sellscar en 2022

Valeur créée pour nos clients, consommateurs, professionnels de la filière auto, fournisseurs et prestataires

La satisfaction des clients est notre objectif fondamental dans toutes nos activités :
Réseau autosphere : 9,07/10
Autosphere : 1 marque commerciale grand public

Valeur créée et partagée avec les actionnaires, les pouvoirs publics et les collectivités territoriales

Fondation autosphere, soutien à la santé et au bien-être de la jeunesse :
12 projets soutenus en 2022 en France

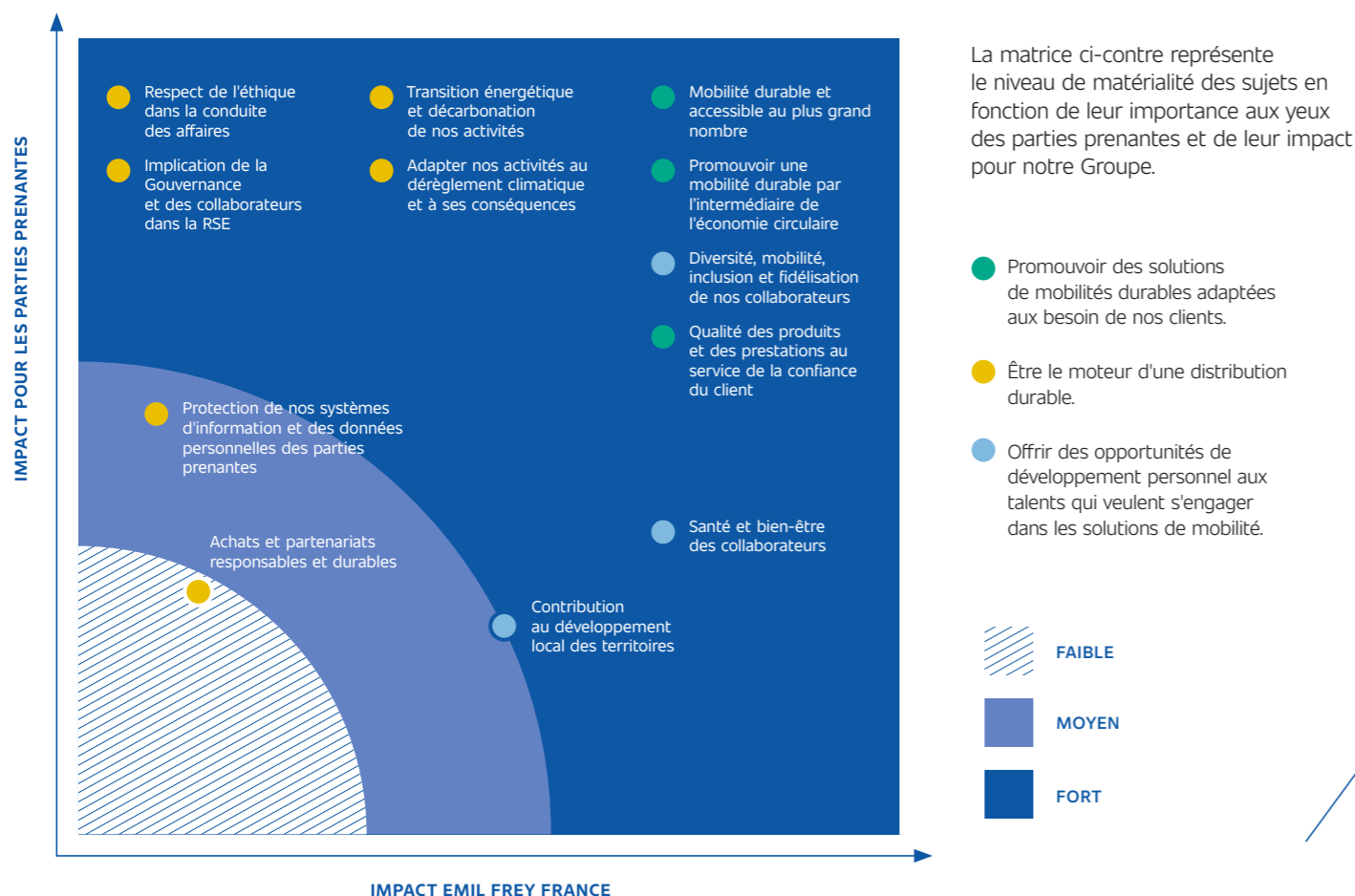
Analyse de matérialité et enjeux

Cette analyse nous a permis de définir 3 enjeux majeurs pour la politique RSE du Groupe Emil Frey France

Nos principaux enjeux relatifs au RSE

Par le biais d'une réflexion commune impliquant des experts de différents domaines d'activités du Groupe ainsi que certains dirigeants, Emil Frey France a cartographié les risques extra-financiers auxquels elle peut ou pourrait faire face dans les années à venir.

Une fois identifiés, les risques ont été évalués, via une analyse de double matérialité, puis hiérarchisés pour déterminer les principaux enjeux relatifs à sa responsabilité économique, sociale, environnementale ou sociétale.



Enjeu 1

Promouvoir des solutions de mobilités durables adaptées aux besoins de nos clients

- Orienter les consommateurs vers des produits et services plus vertueux alternatifs au thermique
- Favoriser l'économie circulaire
- Satisfaction clients

Enjeu 2

Être le moteur d'une distribution durable

- Respecter l'éthique dans la conduite des affaires
- Implication de la gouvernance et des collaborateurs dans la RSE
- Protection de nos systèmes d'information et des données personnelles
- Achats et partenariats responsables
- Transition énergétique et décarbonation de nos activités
- Adapter nos activités au dérèglement climatique et à ses conséquences

Dans l'attente de notre rapport RSE final et complet, nous ne détaillerons pas les sous-enjeux dans ce pré-rapport constituant une première matérialisation de notre démarche RSE.

Enjeu 3

Être un leader responsable

- Diversité, mixité, inclusion et fidélisation de nos collaborateurs
- Santé et bien-être des collaborateurs
- Contribution au développement local

Objectifs de Développement Durable

Nos enjeux et sous-enjeux RSE sont associés à un ou plusieurs des Objectifs de Développement Durable, ODD, définis par les Nations Unies. En voici un récapitulatif sous le prisme des risques environnementaux, sociaux et de gouvernance.

Social

Diversité, mixité, inclusion et égalité et fidélisation de nos collaborateurs

Qualité des produits et prestations au service de la confiance du client



Environnement

Mobilité durable et accessible au + grand nombre

Transition énergétique et décarbonation



Économie circulaire



Gouvernance

Respect de l'éthique dans la conduite des affaires

Implication de la Gouvernance et des collaborateurs dans la RSE



Environnement

Nos actions

Ces dernières années marquent un tournant important dans la prise de conscience de notre organisation sur l'impact de ses activités sur l'environnement. La consommation des ressources est un point important dans notre secteur en recherche constante d'économie, en premier lieu pour des raisons financières et aujourd'hui plus particulièrement pour contribuer à la préservation du bien commun. Notre rôle en tant que leader est de montrer la voie et de favoriser la transformation des pratiques pour une distribution plus durable.



Sobriété énergétique

100%

de nos bâtiments sont alimentés en électricité verte via des Green Power Purchase Agreement

-15%

de consommations énergétiques par rapport à 2022

3

sites équipés de panneaux photovoltaïques

Gestion des déchets liés à l'activité

100%

des déchets dangereux triés

75%

des déchets non dangereux triés

Commercialiser et favoriser les produits de mobilité + durable

7%

des véhicules neufs vendus sont des véhicules électriques (T1 2023)

9%

des véhicules d'occasion vendus sont des véhicules d'occasion âgés de plus de 6 ans (en 2022)

Leviers d'impact

#01

Orienter les consommateurs vers des produits et services plus vertueux

#02

Maîtriser et raisonner nos consommations énergétiques

#03

Favoriser l'économie circulaire (véhicules d'occasion, pièce de réemploi)

#04

Augmenter notre part de déchets valorisés

Objectifs

#01

En 2023 :

- augmenter à 14% la part de véhicules électriques vendus dans notre mix véhicules neufs vendus.
- augmenter à 11% les véhicules de 6-8 ans dans notre mix de véhicules d'occasion vendus.

#02

En 2023 : baisser de 20% nos consommations électriques et de gaz par rapport à 2021.

#03

En 2024 : 100% de notre flotte automobile professionnelle en électrique.

#04

En 2030 : baisser notre consommation d'eau à 200 litres/véhicule préparé.

Social

Nos actions

Notre capital humain est l'une des principales richesses de l'entreprise. En tant qu'employeur responsable notre devoir est de créer des conditions de travail qui favorisent l'épanouissement et l'évolution des collaboratrices et collaborateurs du Groupe en valorisant les compétences de chacun(e).

Nos équipes RH en partenariat avec les acteurs locaux s'emploient à faire découvrir notre univers et nos métiers aux futurs talents qu'ils soient éloignés de l'emploi, en situation de handicap, en recherche d'orientation ou encore à un public féminin moins représenté actuellement dans le secteur de l'automobile. **Nous nous fixons l'objectif pour les années à venir d'avoir une meilleure parité au sein de l'ensemble des strates de notre entreprise.**



Formation et évolution des collaborateurs

48%
de nos collaborateurs

1 119
évolutions internes
en 2022, soit 16,3% des effectifs



Mixité

22,7%
des collaborateurs
sont des femmes

19%
des cadres
sont des femmes

Inclusion et Diversité

Nos alternants représentent

7,1%
des effectifs 2023
7,2% des effectifs 2022

Leviers d'impact

#01

Transformer et développer les compétences de l'ensemble de nos collaborateurs pour assurer leur employabilité

#02

Faciliter la mobilité interne

#03

Développer un modèle d'entreprise égalitaire et inclusif

#04

Assurer l'égalité salariale et de carrière pour les femmes

#05

Favoriser la féminisation de nos métiers dits « masculins »

#06

S'engager pour une meilleure qualité de vie et des conditions de travail

Objectifs

#01

Parvenir au même niveau que la branche de l'automobile (22,7%) sur la proportion de femmes dans les instances dirigeantes

#02

Former au minimum 50% de nos collaborateurs chaque année

#03

Atteindre le taux de 30% des évolutions internes

Gouvernance

Nos actions

Les ambitions et la performance du groupe Emil Frey France en tant que premier groupe de distribution automobile français reposent sur des engagements et des valeurs fortes mais aussi sur le respect des principes de probité en matière de conduite des affaires.

Le développement pérenne de notre entreprise ne peut être assuré que si nous nous engageons à conduire nos activités avec **intégrité, transparence et éthique** à l'égard de nos clients, de nos collaborateurs et de nos partenaires commerciaux. L'enjeu est simple, il s'agit de travailler sur la confiance. Nous sommes des commerçants. Nous n'aimons rien moins que la négociation, que la recherche d'un accord avec l'autre partie. Il y a près de 100 ans, Emil Frey, le créateur du groupe en 1924, écrivait à sa clientèle que son but était « de ne vendre à sa clientèle que de la marchandise de qualité irréprochable à des prix raisonnables ». Cette devise reste d'une acuité évidente et structure notre manière de traiter les affaires avec nos partenaires.

Au-delà des nouveaux défis industriels et technologiques, des contraintes législatives et réglementaires, et des sanctions juridiques qui régissent nos activités, nous nous devons d'exercer nos activités en respectant notre charte éthique, mais aussi nos engagements en matière de responsabilité sociale, sociétale et environnementale.

Satisfaction client

Les clients de nos concessions réseau **autosphere** mettent en moyenne une note de satisfaction de

9,07 / 10

Implication de la gouvernance

Impulsion et validation des actions du comité RSE par le COMEX

10%

de la rémunération variable de nos cadres dirigeants sont liés à l'atteinte d'objectifs RSE



Éthique dans la conduite des affaires

Protection de nos systèmes d'information :
1 formation en mobile learning sur la cybersécurité / 3 033 collaborateurs formés

Respect de l'éthique dans la conduite de nos affaires :

- Existence d'une charte éthique et de bonne conduite signée par nos collaborateurs
- Une procédure d'alerte est en place
- 2 formations en mobile learning sur l'anti-corruption (190 collaborateurs formés)
- 1 formation en mobile learning sur le harcèlement sexuel & agissements sexistes (3460 collaborateurs formés)

RGPD :

- 722 demandes d'exercice de droits traitées. (data legal drive)
- 605 collaborateurs formés à la RGPD

Contribution et soutien aux communautés locales et nationales

12 projets soutenus en 2022 en France grâce à la Fondation

fondation autosphere

Leviers d'impact

#01

Assurer la qualité des produits et des prestations au service de la confiance du client

#02

Intégrer une part RSE dans la rémunération variable de nos dirigeants

#03

Développer une charte éthique fournisseur et un process d'achat plus rigoureux sur le choix des fournisseurs

#04

Continuer à contribuer et soutenir le développement des territoires et communautés locales

Objectifs

#01

10% de la rémunération variable des dirigeants soumis à l'atteinte des objectifs de notre campagne de sobriété énergétique.

#02

Rédiger une charte éthique et la proposer à nos fournisseurs en 2024.



France

Equipe RSE
rse@emilfrey.fr

