

SERGEFERRARI GROUP SA

Rapport de l'organisme de vérification
Exercice clos le 31 décembre 2021

Aux actionnaires,

À la suite de la demande qui nous a été faite par la société SERGEFERRARI GROUP (ci-après « entité ») et en notre qualité d'organisme tiers indépendant dont l'accréditation a été admise par le COFRAC Inspection sous le N° 3-1081 (portée disponible sur www.cofrac.fr), nous vous présentons notre rapport sur la déclaration consolidée de performance extra financière relative à l'exercice clos le 31 décembre 2021 (ci-après la « Déclaration »), présentée dans le rapport de gestion du groupe en application des dispositions légales et réglementaires des articles L. 225 102-1, R. 225-105 et R. 225-105-1 du code de commerce.

Responsabilité de l'entité

Il appartient au Directoire d'établir une Déclaration conforme aux dispositions légales et réglementaires, incluant une présentation du modèle d'affaires, une description des principaux risques extra financiers, une présentation des politiques appliquées au regard de ces risques ainsi que les résultats de ces politiques, incluant des indicateurs clés de performance.

La Déclaration a été établie conformément au référentiel utilisé, (ci-après le « Référentiel ») par l'entité dont les éléments significatifs sont disponibles sur demande au siège de la société.

Indépendance et contrôle qualité

Notre indépendance est définie par les dispositions prévues à l'article L. 822-11-3 du code de commerce et le code de déontologie de la profession. Par ailleurs, nous avons mis en place un système de contrôle qualité qui comprend des politiques et des procédures documentées visant à assurer le respect des règles déontologiques, de la doctrine professionnelle et des textes légaux et réglementaires applicables.

Responsabilité de l'organisme tiers indépendant

Il nous appartient, sur la base de nos travaux, de formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur :

- la conformité de la Déclaration aux dispositions prévues à l'article R. 225-105 du code de commerce ;
- la sincérité des informations fournies en application du 3° du I et du II de l'article R. 225 105 du code de commerce, à savoir les résultats des politiques, incluant des indicateurs clés de performance, et les actions, relatifs aux principaux risques, ci-après les « Informations ».

Il ne nous appartient pas en revanche de nous prononcer sur :

- le respect par l'entité des autres dispositions légales et réglementaires applicables, notamment, en matière de plan de vigilance et de lutte contre la corruption et l'évasion fiscale ;
- la conformité des produits et services aux réglementations applicables.

Nature et étendue des travaux

Nous avons conduit les travaux conformément aux normes applicables en France déterminant les modalités dans lesquelles l'organisme tiers indépendant conduit sa mission, et à la norme internationale ISAE 3000.

Nos travaux ont été effectués entre le 17 décembre 2021 et le 03 mars 2022 pour une durée d'environ 10 jours/homme.

Nous avons mené 8 entretiens avec les personnes responsables de la Déclaration.

Nous avons mené des travaux nous permettant d'apprécier la conformité de la Déclaration aux dispositions réglementaires et la sincérité des Informations :

- nous avons pris connaissance de l'activité de l'ensemble des entreprises incluses dans le périmètre de consolidation, de l'exposé des principaux risques sociaux et environnementaux liés à cette activité ;

- nous avons apprécié le caractère approprié du Référentiel au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa fiabilité, sa neutralité et son caractère compréhensible, en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques du secteur ;
- nous avons vérifié que la Déclaration couvre chaque catégorie d'information prévue au III de l'article L. 225 102 1 en matière sociale et environnementale
- nous avons vérifié que la Déclaration présente le modèle d'affaires et les principaux risques liés à l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation, y compris, lorsque cela s'avère pertinent et proportionné, les risques créés par ses relations d'affaires, ses produits ou ses services ainsi que les politiques, les actions et les résultats, incluant des indicateurs clés de performance ;
- nous avons vérifié, lorsqu'elles sont pertinentes au regard des principaux risques ou des politiques présentés, que la Déclaration présente les informations prévues au II de l'article R. 225-105 ;
- nous avons apprécié le processus de sélection et de validation des principaux risques ;
- nous nous sommes enquis de l'existence de procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place par l'entité ;
- nous avons apprécié la cohérence des résultats et des indicateurs clés de performance retenus au regard des principaux risques et politiques présentés ;
- nous avons vérifié que la Déclaration couvre le périmètre consolidé, à savoir l'ensemble des entreprises incluses dans le périmètre de consolidation conformément à l'article L. 233-16 ;
- nous avons apprécié le processus de collecte mis en place par l'entité visant à l'exhaustivité et à la sincérité des Informations ;
- nous avons mis en œuvre pour les indicateurs clés de performance et les autres résultats quantitatifs que nous avons considérés les plus importants :
 - des procédures analytiques consistant à vérifier la correcte consolidation des données collectées ainsi que la cohérence de leurs évolutions ;
 - des tests de détail sur la base de sondages, consistant à vérifier la correcte application des définitions et procédures et à rapprocher les données des pièces justificatives. Ces travaux ont été menés auprès d'une sélection d'entités contributrices¹ et couvrent entre 53% et 100% des données consolidées des indicateurs clés de performance sélectionnés pour ces tests² ;
- nous avons consulté les sources documentaires et mené des entretiens pour corroborer les informations qualitatives (actions et résultats) que nous avons considérées les plus importantes ;

¹ Périmètre industriel : Serge Ferrari SAS, CI2M, Serge Ferrari AG, Serge Ferrari Terresuisse, Plastitex / Istratextum, Krefeld

² Attractivité (nombre de collaborateurs total au 31 décembre de l'année, Nombre de collaborateurs total au 31 décembre de l'année sur le périmètre industriel, Effectif total en fin d'exercice en ETP, Effectif permanent en fin d'exercice en ETP, Effectif non permanent en fin d'exercice en ETP, Effectif moyen, Effectif moyen périmètre industriel en ETP, Nombre de recrutements de salariés permanents en ETP, Nombre d'embauches en CDI, Nombre total d'heures de formations (SF Academy incluse), Nombre d'heures de formations dispensées par SF Academy pour la connaissance produits et les techniques métiers), Engagement (Ancienneté moyenne, Turn over de sortie hors CDD, Nombre de départs de salariés permanents en ETP, Part des collaborateurs en CDI, Part des collaborateurs en CDD y compris alternants, Nombre d'heures dispensés par SF Academy pour l'intégration des nouveaux collaborateurs), Diversité (Part des hommes sur effectif total, Part des femmes sur effectif total, Répartition par tranche d'âge des effectifs de moins de 30 ans, de 30 à 39 ans, de 40 à 49 ans, de plus de 49 ans), Age moyen de l'effectif, Nombre d'hommes embauchés en CDI, Nombre de femmes embauchées en CDI), Sécurité (Nombre d'accidents du travail, nombre de jour ouvrés perdus pour AT), Réduction de l'impact environnemental (Consommation d'eau par m2 produit, Consommation d'énergie par m2, Consommation d'énergie renouvelable produite ou achetée (en kWh), Bilan matière, Bilan des émissions des gaz à effet de serre -Scope 1, Bilan des émissions des gaz à effet de serre -Scope 2, Bilan des émissions des gaz à effet de serre (Scope 1 + 2) par m2 produit), Recyclabilité (Taux de valorisation des déchets dangereux, Taux de valorisation des déchets non dangereux, Tonnage des déchets spéciaux par m2 produit, Tonnage des déchets non dangereux par m2 produit), Investir des marchés à vocation sociétale (Pourcentage en volume des CMR utilisés dans la production)

- nous avons apprécié la cohérence d'ensemble de la Déclaration par rapport à notre connaissance de de l'ensemble des entreprises incluses dans le périmètre de consolidation.

Nous estimons que les travaux que nous avons menés en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus.

Du fait du recours à l'utilisation de techniques d'échantillonnages ainsi que des autres limites inhérentes au fonctionnement de tout système d'informations et de contrôle interne, le risque de non-détection d'une anomalie significative dans la Déclaration ne peut être totalement éliminé.

Conclusion

Sur la base de nos travaux, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause le fait que la déclaration de performance extra-financière est conforme aux dispositions réglementaires applicables et que les Informations, prises dans leur ensemble, sont présentées, de manière sincère, conformément au Référentiel.

Lyon, le 04 mars 2022



FINEXFI
Isabelle Lhoste
Associée

Février 2022



Serge Ferrari
group



Tentwork 2021 - Krefeld - Allemagne

« Un rapport RSE est un acte engageant qui s'inscrit comme un point de repère entre nos racines, notre présent et notre avenir. Pour cela, nous avons tamisé notre démarche via le filtre de trois outils complémentaires qui permettent une nouvelle manière de voir, de comprendre et d'agir : le microscope (analyse fine par sites), le microscope (dynamique à l'échelle opérationnelle) et le télescope (impulsion et trajectoire à l'échelle du Groupe).

Notre nouvelle stratégie RSE cherche un équilibre entre performance et écologie, sobriété et efficacité. Nous devons faire plus en étant vertueux, respectueux, durable et responsable. Nos démonstrateurs montrent aujourd'hui le réalisme de notre approche, son efficacité et ses perspectives.

Fany ALLAROUSSE

Responsable RSE du Groupe Serge Ferrari



*Au cœur de ce rapport,
le facteur clé de la
réussite s'inscrit dans la
culture du partage, le
croisement des regards et
l'amélioration continue. »*

Préambule

Une RSE portée au plus haut niveau de l'organisation

PAGE 4

Partie 1

Qui sommes-nous ?

PAGE 6

Partie 2

Une RSE qui nous ressemble et nous rassemble

PAGE 9

> L'engagement historique du Groupe en matière de développement durable

PAGE 12

> Notre regard sur notre environnement

PAGE 12

> Le choix d'une évolution de la stratégie reposant sur le principe des limites planétaires

PAGE 13

> L'engagement « +=0 »[®] suivi sur trois indicateurs

PAGE 14

> Une approche pragmatique reposant sur le principe métabolique « +=0 »[®]

PAGE 15

> Matrice des risques RSE

PAGE 16

> Gouvernance stratégique interne – vision Groupe

PAGE 17

> Écosystème des parties prenantes

PAGE 20

> Modèle d'affaire

PAGE 22

Partie 3

Les 3 piliers, concrètement ça donne quoi ?

PAGE 24

Pilier 1 - L'HUMAIN : la richesse humaine comme condition de la dynamique du Groupe

PAGE 25

> Axe 1 : santé et sécurité – PAGE 26

> Axe 2 : diversité – PAGE 30

> Axe 3 : Reconnaissance – PAGE 33

Pilier 2 - L'ENVIRONNEMENT au cœur de l'engagement du Groupe

PAGE 38

> Axe 1 : climat : atténuation et adaptation du changement climatique : l'enjeu du bilan carbone

PAGE 40

> Axe 2 : ressources naturelles : réduire les consommations

PAGE 41

> Axe 3 : biodiversité : protéger la biodiversité sur le territoire d'implantation des sites

PAGE 45

Pilier 3 - L'INNOVATION DURABLE : développer l'écoconception pour pérenniser le modèle économique

PAGE 46

> Axe 1 : l'écoconception

PAGE 48

> Axe 2 : réutilisation et valorisation matière

PAGE 50

Partie 4

Annexes

PAGE 52

Une

RSE

portée au plus haut niveau de l'organisation



*Interview de Sébastien Ferrari
Président du Conseil de Surveillance.*

Au-delà de l'acronyme RSE dont le sens est parfois très large, comment abordez-vous la question de la responsabilité de l'entreprise ?

Nous avons très tôt compris qu'il s'agissait d'un sujet majeur. L'alignement de nos intérêts avec les différentes parties prenantes de l'entreprise a toujours été un objectif, même si on ne le formulait pas de cette manière. Nos relations avec les membres de l'entreprise, les clients, les fournisseurs, la filière professionnelle et avec l'environnement doivent être organisées et pensées sur des bases équilibrées et durables. Une fois que l'on a posé ce cadre, il convient d'identifier les priorités qui correspondent d'une part à l'activité de notre entreprise et, d'autre part, à ce qu'elle vit aujourd'hui, à son stade de développement.

Quelles sont les priorités en regard de l'activité de l'entreprise ?

La première de nos responsabilités est de dégager des résultats suffisants pour être en mesure d'investir dans les femmes et les hommes de l'entreprise, les moyens de production et d'innovation et l'efficacité de nos réseaux commerciaux et logistique. La rentabilité est une condition nécessaire mais évidemment pas suffisante. Les priorités sont assez simples : poursuivre l'orientation commerciale pour apporter notre contribution à la transition énergétique, adresser notre impact environnemental industriel et, enfin, préserver et développer notre capital humain ce qui inclut la question du sens, de la sécurité au travail et du développement des compétences.

Quelle est votre feuille de route sur ces différents points ?

Nous avons des marges de progression sur l'ensemble de ces enjeux, mais notre vrai challenge, c'est de mieux partager à l'interne de manière à ce que chacun, quelles que soient ses responsabilités, se sente concerné par ces sujets, mais surtout engagé dans un

projet commun auquel il peut apporter sa pierre. On rejoint ainsi la question du sens au travail.

Que vit l'entreprise aujourd'hui et quels sont les enjeux liés à cette actualité ?

Nous vivons une évolution générationnelle. Elle s'exprime sur différents plans. Dans l'entreprise au quotidien, nous faisons évoluer la gouvernance. Sébastien Barril est devenu notre Président du Directoire à compter du 1er janvier 2022. Sébastien qui a 40 ans, c'est 17 ans de maison, et donc l'illustration de notre capacité à favoriser la promotion interne, y compris aux plus hauts postes de l'entreprise. Ensuite, nous avons engagé un travail ambitieux au sein de l'actionnariat puisque nous restons très majoritairement une entreprise familiale avec quatre enfants représentant la prochaine génération. Romain Ferrari et moi-même, sommes très attentifs à leur donner les moyens d'être des actionnaires responsables. Nous les accompagnons dans ce sens, nous avons engagé un programme de formation et mis en place les structures d'information et de contrôle. Nous avons ainsi formalisé le désir de poursuivre une aventure entrepreneuriale familiale qui s'inscrit dans le temps long. À la faveur de ce travail, nous avons eu le plaisir de constater que cette génération était très attentive aux relations de l'entreprise avec ses parties prenantes et très attachée aux valeurs de l'entreprise et à son projet.

Quelles sont ces valeurs ?

C'est un corpus de valeurs familiales que nous avons revisité : durabilité, humilité, intégrité, confiance, engagement et équité. Ce corpus est la base du pacte familial qui garantit la pérennité et la stabilité de l'actionnariat, mais aussi le socle sur lequel le dialogue doit s'établir avec le management de l'entreprise. Le défi est d'aligner notre vision, mais aussi de l'inscrire dans la vie de l'entreprise dans toutes ses composantes et auprès de tous ceux qui la font vivre au quotidien.

Interview de **Sébastien Baril**

Président du directoire

Vous faites référence à la notion MRV (mesurable, reportable et vérifiable) en évoquant la RSE ? Pour quelles raisons ?

Notre Groupe, Serge Ferrari, ancre sa pérennité grâce à un fonctionnement familial solide, des valeurs humaines fortes, une envie d'entreprendre. Plus qu'un état d'esprit, ces caractéristiques constituent notre ADN que nous faisons vivre au quotidien par des éléments de preuves. Dans l'ensemble de nos métiers, nous analysons, imaginons, sortons des sentiers battus pour créer, innover, améliorer. Mais toute cette ingénierie et ce savoir-faire seraient inutiles s'ils n'aboutissaient pas à des éléments tangibles : la fabrication d'outils de production pour améliorer nos process, le dépôt de nouveaux brevets ... Et c'est aussi comme cela que nous entreprenons notre RSE. Loin des grands discours, nous souhaitons aborder la RSE de manière pragmatique et mesurée. Une RSE qui nous ressemble et nous rassemble. Nous souhaitons également faire en sorte que chacun puisse suivre les évolutions de nos démarches en les vulgarisant et en utilisant des indicateurs simplifiés. Nous sommes convaincus que c'est en expliquant notre projet, que nous arriverons à faire adhérer l'ensemble des acteurs de notre écosystème qui viendront challenger nos idées pour nous faire progresser. Pour toutes ces raisons, nous utilisons le principe de la MRV dans notre approche RSE : *Measurable, Reportable et Verifiable*. Ce triptyque discipline notre méthodologie et rejoint notre objectif d'excellence opérationnelle.

Dans quelle mesure la démarche RSE est-elle alignée avec la politique de développement du Groupe ?

Notre stratégie de développement est très claire : nous voulons être leader mondial sur nos marchés core-business. À ce titre, la RSE est un élément essentiel de la politique de développement car nous recherchons des partenaires "qui nous ressemblent" c'est-à-dire qui partagent nos valeurs portées par la RSE : l'humain, l'environnement et l'innovation durable. Au cœur de ces valeurs, nous mettons la dimension humaine car c'est en s'appuyant sur ses équipes que l'entreprise réussit ! Travailler au sein du Groupe Serge Ferrari nécessite une implication et une prise de conscience vis-à-vis des enjeux de l'entreprise : cet engagement repose sur un rapport de transparence et de confiance avec le management. Les gens ont besoin de comprendre les objectifs, de les partager pour développer pleinement leurs talents.

En quoi le volet environnemental de la RSE est-il porteur pour le développement du Groupe ?

Tout d'abord la performance environnementale – qui est une composante de l'ADN de notre entreprise depuis toujours – est un facteur d'attractivité pour nombre de nos clients. Prenons le groupe Lafuma pour exemple : nous cultivons avec ce client une double préoccupation : performance environnementale de nos produits et défense du « made in France ». Grâce à cette vision partagée, nous progressons ensemble. Le respect de l'environnement est un phénomène de société qui transcende les frontières : partout les consommateurs veulent une meilleure traçabilité de ce qu'ils mangent ou consomment. Si on prend le cas des fish-farming (fermes d'élevage piscicoles), nos produits limitent les nuisances de l'élevage sur le fond de la mer et permettent également de diminuer les traitements d'antibiotiques distribués durant la période d'élevage ... C'est un avantage concurrentiel pour l'éleveur, une promesse de santé et de meilleure alimentation pour les consommateurs et aussi un impact moindre pour la planète ! Cette activité démontre la pertinence de la politique que nous conduisons depuis plusieurs années : faire mieux avec moins. Et nous allons prochainement franchir un nouveau palier dans ce sens !

Quelles opportunités la crise Covid vous a-t-elle apportée ?

Après une première période compliquée d'adaptation, l'activité a rebondi de façon spectaculaire et, depuis septembre 2020, nous faisons face à un carnet de commandes très chargé qui nécessite des efforts d'organisation et une mobilisation de toutes les équipes. Cette situation inédite nous a ouvert des opportunités de développement à l'image d'un procédé unique développé et breveté en quelques mois, en 2020 : Agivir. C'est avec un engagement sans limite de nos équipes, de la R&D à la commercialisation, que cette technologie exclusive, aux caractéristiques virucides a été déployé sur nos applications : des équipements de protection solaire dans le bâtiment, des crèches... Il semble également pertinent de déployer cette technologie sur certaines gammes (mobilier, protection solaire, modular structure) où l'utilisateur est en contact avec la membrane. Parallèlement, ce procédé innovant nous ouvre aussi de nouveaux marchés à l'image de la santé.



Partie 1

Qui sommes- nous ?

LE GROUPE SERGE FERRARI

Le Groupe Serge Ferrari conçoit, développe, fabrique et commercialise des toiles composites innovantes pour des applications d'architectures légères ou d'aménagements extérieurs.

Destinées prioritairement à quatre marchés stratégiques et mondiaux :

Protection solaire | Architecture tendue | Structures modulaires | Mobilier / Marine

Les solutions conjuguent légèreté, durabilité, sécurité, design, confort et écoresponsabilité.

LE GROUPE EN QUELQUES CHIFFRES CLÉS :

Ressources humaines

Plus de
1000
COLLABORATEURS



International



Des filiales et bureaux
de représentation dans
12 PAYS

Des clients dans
80 PAYS

Production

6 USINES



France



Allemagne



Italie



Suisse (2)



Taiwan

Innovation

5 CENTRES D'EXCELLENCE



France



Allemagne

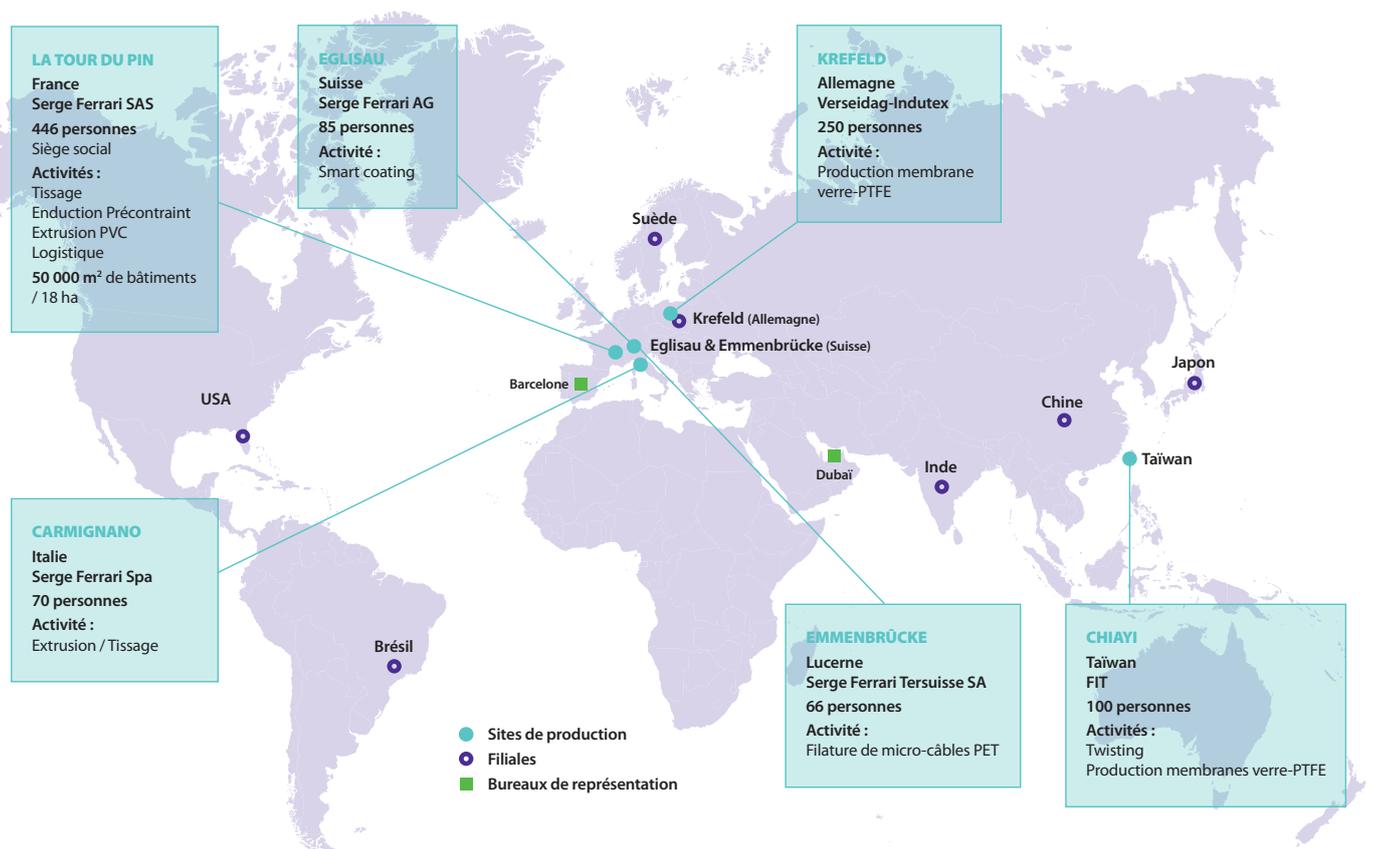


Suisse (2)



Italie

CARTOGRAPHIE DES IMPLANTATIONS DU GROUPE



LA MISSION DU GROUPE SERGE FERRARI

AGIR MAINTENANT POUR MIEUX CONSTRUIRE DEMAIN

Au sein du Groupe Serge Ferrari, nous contribuons à construire mieux, avec moins, maintenant.

> **Construire mieux**, c'est accompagner l'évolution des modes de vie en joignant l'utile, avec des solutions plus fonctionnelles, plus sûres et plus durables, et le bien-être avec des solutions plus attentives au confort, au design et à la qualité de vie.

> **Construire avec moins**, c'est favoriser l'utilisation de matériaux plus légers et plus durables, pour répondre concrètement aux défis climatiques et environnementaux, dans une économie plus sobre en ressources naturelles.

> **Le faire maintenant**, c'est prendre dès aujourd'hui toutes nos responsabilités en développant nos toiles composites innovantes pour imaginer des applications à la hauteur de l'urgence des enjeux écologiques qui sont les nôtres.

LES OBJECTIFS DU GROUPE À MOYEN TERME

Dans le cadre de la nouvelle gouvernance, le management board a défini trois objectifs majeurs qui guideront l'activité de l'entreprise à l'horizon de 3-5 ans :

- > **l'augmentation des parts de marché**
- > **l'efficacité opérationnelle**
- > **l'innovation**

LES VALEURS DU GROUPE SERGE FERRARI

Nos trois valeurs authentiques et historiques guident nos collaborateurs dans le monde :

> **La ténacité.** La prise de risque et l'esprit de conquête sont au cœur de l'histoire entrepreneuriale de Serge Ferrari Group, avec une audace singulière et une capacité à suivre nos convictions, expérimenter et à persévérer dans nos efforts. Qu'il s'agisse de faire naître une technologie de rupture ou de trouver une solution pragmatique à une problématique du quotidien, d'imaginer de nouvelles applications ou de relever des défis techniques inédits, nous avons le courage d'aller au bout de nos ambitions, nos projets et nos engagements.

> **La loyauté.** La capacité à dire les choses et à privilégier la transparence des échanges, en interne comme à l'externe avec les clients et partenaires, constituent une autre exigence. Le Groupe a le souci de nouer des relations simples et sincères, pour se donner toutes les chances de favoriser l'appartenance,

Protection de l'équipement Stamoid Heavy Cover



susciter la fidélité, créer la confiance et mériter l'attachement de toutes nos parties prenantes. C'est une dimension clé pour notre entreprise qui a mis au cœur de son modèle, depuis son origine, les coopérations et les partenariats.

> **La générosité.** L'attention portée envers toutes les parties prenantes de l'entreprise, y compris jusque dans les situations délicates, fait partie de notre culture traditionnelle de bienveillance. Celle-ci s'illustre notamment en interne dans la volonté de donner le maximum de responsabilité à chacun dans ses fonctions, à tous les niveaux de l'entreprise. En retour, nos collaborateurs font preuve d'un engagement individuel et collectif rare. Cette attention trouve également de l'écho dans notre contribution majeure aux enjeux de la préservation de l'environnement, avec toute la fierté associée à cet engagement sociétal.

DES ENGAGEMENTS COLLECTIFS PARTAGÉS

> **Le sens de l'autre.** Que ce soit, chaque jour, dans les échanges entre collaborateurs, dans la culture client de tous les instants partagés à tous les échelons de l'entreprise, ou dans la vitalité de ses relations partenariales avec son écosystème, nous témoignons d'un engagement sincère. Avec la conviction que dans une économie de plus en plus collaborative, où co-création et co-production sont la norme, la qualité des relations internes et externes constitue un actif toujours plus déterminant.

> Le sens de l'innovation.

L'expérimentation et la volonté de sortir des sentiers battus rythment le quotidien de l'entreprise depuis sa création. Cet esprit pionnier s'incarne dans toute la chaîne de valeur, de la formulation des matières premières jusqu'au recyclage des produits en fin de vie, en passant par la conception des machines de production, le développement de solutions applicatives ou par les interfaces avec nos clients et partenaires. Il a nourri au sein de nos équipes une capacité singulière à tester, innover, essayer, faire des erreurs, recommencer et réussir.

> **Le sens de la performance.** Le souci permanent de l'inventivité, de l'efficacité et de la durabilité de nos solutions va toujours de pair avec l'attention portée à leur performance économique globale. C'est une condition nécessaire pour parvenir à imposer des applications alternatives sur nos marchés très exigeants, et pour nous donner les moyens de continuer à investir sans relâche en innovation et en développement.

> **Le sens du temps long.** Nous sommes une entreprise patrimoniale engagée dans une vision à long terme de notre projet et de notre contribution, sur des marchés avec des cycles longs. Dans la portée de nos décisions stratégiques, dans l'agilité de leur exécution, dans la qualité de nos solutions, dans l'authenticité des relations humaines au sein de nos équipes comme avec nos clients, et dans l'importance donnée à la transmission des valeurs et du savoir, nous illustrons tout le sens de notre engagement dans la durée.

Partie 2

Une RSE qui nous ressemble et nous rassemble

Entretien avec **Romain Ferrari**
Président du Comité RSE et Expert RSE

Historiquement, les révolutions industrielles successives ont fondé le développement économique sur l'exploitation croissante de nouvelles matières premières et de sources d'énergie, entraînant des impacts environnementaux majeurs qui menacent les équilibres vitaux sur notre planète (dépassement des limites planétaires). De son côté, le Groupe Serge Ferrari entend inverser la tendance à son échelle. Comment ? En indexant son potentiel de croissance sur sa capacité à réduire l'empreinte environnementale de son activité. Une aspiration fondée que le Groupe résume à travers la formule « +=0 »[®].

Décryptage avec

ROMAIN FERRARI

Comment expliquez-vous ce positionnement ?

Si l'on revient un peu arrière et que l'on remonte à 2014 – première année où nous avons formalisé notre démarche RSE – cette évolution est finalement logique. Nous avons d'abord souligné que le rapport poids/performance de nos produits nous permettrait de faire mieux avec moins. Nous avons ensuite affiné cette approche en introduisant les notions de légèreté et d'économie circulaire. Puis nous avons suivi, un peu malgré-nous, la vague de la normalisation. Aujourd'hui, on réajuste le curseur pour positionner la priorité sur notre activité industrielle intrinsèque c'est-à-dire le périmètre où nous pouvons agir directement et en premier lieu. Ce recentrage s'inscrit aussi en réaction à une dérive introduite par la normalisation de la RSE.

Qu'entendez-vous par normalisation de la RSE ?

La RSE est entrée dans l'ère des normes, des réglementions, des grilles d'évaluation des agences de notation. C'est une bonne chose dans la mesure où cela oblige les acteurs économiques à investir le sujet. Mais, paradoxalement, cela conduit aussi à s'écarter du périmètre de responsabilité réel de l'entreprise. Cette normalisation s'accompagne d'une profusion d'indicateurs et de référentiels différents qui peuvent générer un flux d'informations trop important créant une confusion chez les parties prenantes.

Fort de ce constat notre stratégie RSE se réorienter pour répondre à deux questions simples mais essentielles pour le Groupe : comment priorisons nous nos actions ?

Comment simplifier leur appropriation et leur suivi ? Bien évidemment, nous n'allons pas nous soustraire aux obligations normatives et légales, mais nous allons orienter notre boussole vers des indicateurs qui vont nous permettre de fédérer toutes nos actions selon une même trajectoire que nous exprimons ainsi : « +=0 »[®].

Quels sont ces indicateurs et comment traduisent-ils cette formule « +=0 »[®] ?

Ils sont au nombre de trois et sont précisément déclinés à partir de cette formule ! Le premier est social : zéro augmentation des heures de travail pénible ou peu qualifié ! Le second indexe notre capacité de production à notre consommation d'énergie : zéro augmentation de consommation d'énergie carbonée ou non renouvelable. Le troisième entend jouer sur la préservation des ressources amont et s'exprime de la façon suivante : zéro augmentation de consommation de matière vierge non issue du recyclage ou du renouvelable.

En résumé, cela donne le tableau suivant :



+ de prospérité

=

0 heure d'augmentation de pénibilité et non-qualification

+ de prospérité

=

0 kWh d'augmentation d'énergie non renouvelable

+ de prospérité

=

0 Kg d'augmentation de matière vierge consommée

Ce sont-là des indicateurs très tangibles, qui agrègent d'autres indicateurs, que l'on appelle également «PROXY» (indicateur chapeau) car tous les indicateurs secondaires évoluent en général dans le même sens que ceux-là. Par exemple, si on réduit la pénibilité et que l'on augmente la qualification du travail, on va mécaniquement influencer de manière positive sur le taux de fréquence des accidents, le faible turn-over, l'efficacité des équipes, l'ergonomie des postes de travail, l'ouverture de postes accessibles à des personnes en situation de handicap, etc. En matière d'énergie, on va commencer par faire des économies et réduire les gaspillages bien avant de rechercher à s'approvisionner en sources alternatives renouvelables. C'est surtout un triptyque que l'on peut partager facilement avec nos équipes et nos parties prenantes pour concourir tous ensemble au même objectif.

Ce challenge ambitieux est-il réaliste ?

C'est effectivement très ambitieux dans la mesure où on change de paradigme et où on renverse totalement la notion de développement ! On va "acheter" notre capacité de croissance par des économies de matières, d'énergies et de travail pénible. En tout cas, l'ambition que nous nous sommes fixés est réaliste et n'a rien d'héroïque. Nous avons en effet des marges de progression importantes qui partent de constats simples. La France est en Europe l'un des pays où le travail n'est pas le mieux qualifié. En fonction du poste qu'il occupe, un opérateur en production peut avoir entre 10 et 40 % de

son temps de travail qui est associé à une classification de pénibilité. Donc nous avons un potentiel de croissance équivalent à périmètre de main-d'œuvre constant ! Idem pour les matières premières : aujourd'hui, environ 30 % de la matière vierge que l'on achète n'est pas valorisée à bonne hauteur dans les produits finis que nous vendons (déchet, non-valeur ou mévente). Imaginez notre courbe de progression si l'on parvient à éliminer cette non valeur et en plus à introduire 10, 20 ou 30 % de matières recyclées directement dans nos approvisionnements !

Vous avez fait l'acquisition de Verseidag en 2020. En quoi votre démarche est-elle compatible avec la notion de croissance externe ?

C'est assez simple. Lorsqu'on intègre une nouvelle entreprise dans le Groupe, on recalcule la base 0 qui nous sert de référence pour l'inscrire dans nos objectifs. Dès lors, cette entité va devoir rejoindre la même trajectoire et rattraper son retard si tel est le cas. Elle peut aussi être en avance sur certains aspects, et ainsi inspirer le Groupe à tenir sa feuille de route !

Pourquoi avoir établi votre feuille de route à horizon 2030 ?

Nous sommes un agent économique qui décide d'inscrire son activité dans les limites planétaires. L'objectif des 2°C ou 1,5°C se joue maintenant. La pression est encore plus forte sur les ressources non renouvelables dont la consommation croît plus rapidement que le Produit Intérieur Brut (PIB).

On consomme aujourd'hui 90 milliards de tonnes de matériaux par an dans le monde, soit 20 tonnes par an et par habitant dans les Pays Industrialisés et Développés (PID). Or le seuil de viabilité, lui, se situe à 5 tonnes par an et par habitant soit un facteur 4 de réduction ! Cela signifie dissocier croissance économique et croissance des impacts. Et en tant qu'industriel, cela veut dire stabiliser la consommation de nos intrants, voire les faire décroître ensuite à plus long terme.

Comment embarquer les équipes dans ce projet d'entreprise ?

Grâce à nos trois indicateurs « PROXY », la RSE devient lisible dans le quotidien de chacun d'entre nous. Donc à partir de là, c'est assez facile ! Un tisseur qui constate par exemple qu'un tuyau d'air comprimé fuit et qui corrige ce problème va nous permettre d'économiser de l'énergie de manière substantielle car la production d'air comprimé est en soi très gourmande en électricité. Chaque micro-geste, chaque suppression, chaque réduction de gaspillage constitue de la croissance potentielle que les collaborateurs vont permettre à l'entreprise. Les forces commerciales sont tout aussi concernées pour accroître nos ventes utiles (faire mieux avec moins) pour la prospérité du Groupe. Chacun va devenir à son niveau acteur du développement de l'entreprise. C'est là qu'est la force de notre démarche !





Stade Quzhou - Chine - Serge Ferrari Shanghai®
Mr DAI Jianxing

L'ENGAGEMENT HISTORIQUE DU GROUPE EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Engagé depuis sa création dans la transition écologique, le Groupe Serge Ferrari a confirmé en 2021 l'intégration des enjeux cruciaux du développement durable dans sa politique de croissance en structurant un service RSE dont la mission principale est d'accompagner le processus de conduite du changement. Pour cela, la politique RSE du Groupe a été remise à plat pour mieux répondre aux risques environnementaux et sociaux pesant sur son modèle d'affaires mais aussi pour développer ses atouts concurrentiels. En s'appuyant sur un triptyque fidèle à son ADN et à ses valeurs : **l'Humain, l'Environnement et l'Innovation Durable**, le Groupe Serge Ferrari a pris, pour chacun de ces piliers, de nouveaux engagements, tandis que d'autres, déjà bien ancrés ont été reconduits et amplifiés. Les rapports RSE du Groupe depuis 2014, l'intégration à l'index GAIA ou encore l'adhésion au **Global Compact** attestent du chemin parcouru.

Le Groupe Serge Ferrari se distingue par la sincérité de sa démarche et son authenticité reposant sur un discours de preuves, mais aussi au travers de sa gouvernance participative, où chaque salarié, et partie prenante, est invitée à devenir un acteur engagé en faveur de la réduction des émissions de gaz à effet de serre. Cette approche incite aussi à amorcer un virage

social, à accentuer toujours plus les aspects de prévention, de sécurité et de santé au travail pour anticiper les situations à risque relevant de son périmètre d'activité. De manière concomitante, le Groupe confirme et accentue l'éthique des affaires et la conformité à la réglementation, notamment celle relative à la lutte contre la corruption, qui irriguent toutes les fonctions du Groupe. De fait, l'approche sociétale est un axe majeur de sa politique RSE, à travers une recherche constante d'intégration de son environnement proche pour inventer le chemin nouveau d'une prospérité vertueuse qui respecte les limites planétaires.

NOTRE REGARD SUR NOTRE ENVIRONNEMENT

Depuis la création du Groupe, faire mieux avec moins n'est pas une option, c'est un devoir !

Face aux défis climatiques, environnementaux et sanitaires contemporains, le bâtiment et l'habitat ont un rôle fondamental à jouer. Quand près de la moitié de la consommation d'énergie et un tiers des émissions de gaz à effet de serre sont liés à la construction et à l'occupation des bâtiments, c'est d'abord la manière de construire qui est questionnée, et ce, notamment, à travers le choix des matériaux. L'enjeu est simple à exprimer mais complexe à relever : il faudra pouvoir offrir, demain, le même niveau de performance en mobilisant deux fois moins de ressources naturelles, avec des matériaux de construction

plus légers et durables. Or, la consommation de ressources naturelles continue d'augmenter plus vite que la croissance des économies. Mieux construire et aménager ne se résume pas à prendre les seuls enjeux environnementaux. Il s'agit aussi d'apporter des réponses efficaces aux questions de sécurité, en permettant notamment, de respecter et d'anticiper des normes de plus en plus contraignantes. Il s'agit enfin tout autant d'optimiser l'aménagement du cadre de vie des gens, en répondant à l'évolution de leurs modes de travail et de quotidien qui exigent de plus en plus de confort.

Améliorer le confort thermique, acoustique et visuel, soigner le design des édifices et des espaces, font aujourd'hui partie intégrante des choix de conception et de réalisation des bâtiments. Ces évolutions constituent une opportunité unique de rebattre les cartes et de privilégier des solutions alternatives, de construction et d'aménagement performantes, saines et vertueuses. Comment ? En faisant écho aux besoins des populations ou des entreprises, soucieuses de donner du sens à leurs choix de production, leurs choix de consommation et leurs choix de vie, et en conciliant toujours plus étroitement les exigences contemporaines de performance environnementale, de sécurité et de confort. En la matière, le développement des solutions d'architecture légère et d'aménagement, grâce à de nouveaux matériaux fonctionnels, esthétiques et durables, ouvre de formidables perspectives d'applications techniques et de design audacieux à l'extérieur comme à l'intérieur des bâtiments. Le savoir-faire du Groupe Serge Ferrari et la technologie des matériaux répondent pleinement à ces enjeux.

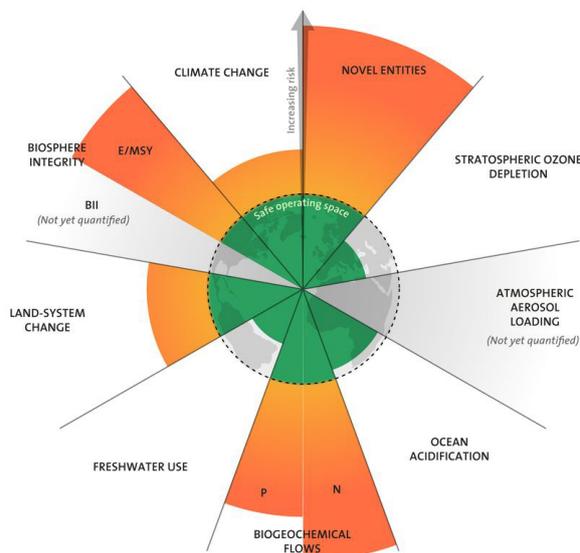
LE CHOIX D'UNE ÉVOLUTION DE LA STRATÉGIE REPOSANT SUR LE PRINCIPE DES LIMITES PLANÉTAIRES

(cf schéma des limites planétaires)

À l'aube d'une nouvelle ère prégnante en matière de développement durable, où les attentes des parties prenantes sont de plus en plus fortes, et où le sens « au travail » constitue désormais une des premières motivations des salariés, il a semblé pertinent au Groupe de re-questionner sa stratégie RSE pour apporter une réponse spécifique à chacun de nos segments, de nos marchés, tout en déployant une démarche globale s'appuyant sur les enjeux sociaux, sociétaux et environnementaux. Ce pas de côté prend appui sur les valeurs du Groupe, son ADN, son histoire, en intégrant les enjeux de croissance externe par l'enrichissement de sa démarche au vue des spécificités locales et culturelles.

Le process est simple : vulgariser la démarche RSE pour mieux la partager, permettre à chaque salarié de se l'approprier

et de la faire rayonner en embarquant les parties prenantes de l'écosystème du Groupe à travers un rôle d'ambassadeur. Cette démarche doit permettre une appropriation des enjeux pour porter le programme d'actions, mais également d'être en capacité de le décliner en proposant des axes d'amélioration.



Les trois piliers de la stratégie RSE



HUMAN FOCUSED STRATEGY

> **L'Humain** : chaque individu est unique au sein du Groupe Serge Ferrari.



ENVIRONMENT FRIENDLY CHOICES

> **L'Environnement** : travailler au quotidien pour ÉVITER / RÉDUIRE / COMPENSER notre empreinte (Bilan Carbone, ...).



SUSTAINABLE INNOVATION AT WORK

> **L'Innovation Durable** : positionner l'innovation au cœur des priorités.

L'objectif est qu'à terme, chaque salarié, puisse rattacher systématiquement son travail quotidien et les projets du Groupe à ces trois piliers, en étant force de proposition et en déclinant des axes d'amélioration, afin de créer une démarche vertueuse et un process permanent d'innovation, d'hybridation et d'amélioration.

Ces piliers sont complémentaires, s'additionnent et s'entrecroisent autour d'un seul et unique objectif : « + = 0[®] ».

> L'ENGAGEMENT « + = 0 » SUIVI SUR TROIS INDICATEURS

Le Groupe s'engage sur le suivi de trois indicateurs souverains qui impactent directement et indirectement l'ensemble des indicateurs de suivi RSE.



S'engager à ce que le développement des activités se fasse dès 2022 :

- > Sans ajouter 1 heure de travail pénible ou peu qualifié
- > Sans ajouter 1 kWh d'énergie non renouvelable
- > Sans ajouter 1 kg de matière première vierge

Le suivi de ces trois thématiques ne signifie pas que le Groupe ne poursuit pas l'ensemble de ses efforts dans tous les domaines de la RSE (comme en témoigne le présent rapport ainsi que le suivi régulier des différents indicateurs). Toutefois, et toujours dans un souci de preuve et de sincérité, mais aussi de lisibilité et de vulgarisation, le Groupe fait le choix de ces trois variables dont l'analyse et le suivi permettront, par voie de conséquence et de corrélation, l'analyse des autres indicateurs.

Cette stratégie ne va pas sans changement des mentalités, sans adaptation des procédés, sans mise en réseau des ressources des savoir-faire et des compétences ou sans hybridation. Cette démarche est à entendre, sous l'angle d'une mise en mouvement de l'ensemble de l'écosystème de l'entreprise. Elle implique de nouveaux rôles, de nouvelles approches et tisse de nouveaux liens d'interdépendance à l'échelle et en dehors du territoire.

Cette stratégie se mettra en œuvre progressivement à partir d'étapes clairement identifiées au préalable. Chacune devant servir de tremplin pour la dynamique suivante.

ÉTAPE 1

2022

Définition de la base : année et périmètre de référence et travail précis et progressif sur la notion de quali-pénibilité pour les métiers du Groupe.

ÉTAPE 2

2022-2025

Mise en œuvre du programme d'actions pour atteindre les objectifs.

ÉTAPE 3

2025

Bilan à mi-parcours : actualisation, ajustement, objectifs élargis.

ÉTAPE 4

2025-2030

Poursuite du programme pour atteindre les objectifs initiaux et les nouvelles perspectives.

Avec cette nouvelle stratégie, l'objectif du Groupe, est d'abord, de simplifier la démarche RSE de façon à la rendre accessible à tous à travers des indicateurs simples PROXY. Aussi, chaque acteur de l'écosystème pourra suivre et mieux comprendre l'évolution positive des engagements du Groupe.

Cette stratégie « + = 0 » répond à l'analyse de matérialité faite par le Groupe auprès des parties prenantes. Elle a permis de mettre en

exergue les enjeux ressentis comme prioritaires et le niveau de maturité du Groupe à cet égard, pour mieux appréhender la pérennité de son modèle d'affaires, sa conformité par rapport aux exigences réglementaires et ses perspectives pour les années à venir.

Au regard de la crise COVID, et afin de s'adapter aux nouveaux enjeux, il a semblé pertinent de synthétiser et d'actualiser les risques du Groupe.

UNE APPROCHE PRAGMATIQUE REPOSANT SUR LE PRINCIPE MÉTABOLIQUE : « + = 0^o »

Dans un contexte où le Groupe connaît une augmentation significative de sa productivité, et où sa courbe de croissance continue de s'accroître, l'entreprise multiplie ses efforts pour optimiser son processus de transformation en limitant autant que possible les consommations de matières et de ressources. Pour autant, il serait illusoire de pouvoir imaginer à l'instant « t » une diminution radicale de l'ensemble de ses consommations.

Là où de nombreuses entreprises affichent une communication axée sur la neutralité

carbone (qui conduit certes à la réduction des émissions de toutes natures mais dont l'analyse fine peut parfois être contestée, notamment sur l'angle du comptage du SCOPE 3 et peut-être perçue comme réductrice : intégrant une approche essentiellement environnementale), le Groupe Serge Ferrari fait le choix d'un autre chemin, qui prend racine dans l'histoire de l'industrie, et sur un mécanisme systémique : celui du métabolisme. Le principe est simple, mathématique, facilement vérifiable et progressiste.

> La première marche consiste à ne pas consommer des ressources dans la même proportion que l'évolution de notre activité.

> La seconde consiste à faire des efforts sur la manière dont on consomme actuellement pour stabiliser puis réduire l'impact de l'activité.

> La troisième vise une politique d'amélioration de nos modes de faire en substituant, en cherchant des alternatives et en innovant grâce à des process et ressources durables. Cette politique constitue la nouvelle ligne directrice de la RSE du Groupe Serge Ferrari pour 2022-2030 synthétisée sous la forme « + = 0^o ».

En résumé : il s'agit de sécuriser la prospérité de l'entreprise, en se fixant l'objectif de ne pas augmenter les impacts.



Matrice des risques RSE

Méthode de recueil et identification

Le Groupe s'appuie sur la matrice de matérialité et présente ci-dessous les risques identifiés comme forts et majeurs.

Cadre :

- Décret n°2017/1265
- Certifications détenues : ISO 9001, 14001, 50001
- Stratégie d'entreprise : RSE 20-24

Évaluation :

Le Groupe a priorisé la matrice des risques pour les adapter au contexte actuel. Le Groupe projette d'actualiser sa matrice dans un prochain travail de prospective.

Outils de suivi :

- Objectifs
- KPI
- Périmètres de mesure

	Fort	Majeur	Stratégie
 <p>HUMAN FOCUSED STRATEGY</p>	<p>Climat social</p>	<p>Inégalité Discrimination</p> <p>Santé Sécurité au travail</p>	 <p>. Santé et Sécurité . Diversité . Reconnaissance</p>
 <p>ENVIRONMENT FRIENDLY CHOICES</p>	<p>Image de l'entreprise</p> <p>Perte de Savoir-faire Diversité</p>	<p>Absentéisme Arrêt long Burn out Désengagement</p>	 <p>. Climat . Ressources . Biodiversité</p>
 <p>SUSTAINABLE INNOVATION AT WORK</p>	<p>Financier Réglementaire Taxonomie</p>	<p>Dégradation des milieux</p> <p>Pénurie de matière première non renouvelable</p>	 <p>. Éco conception . Valorisation des déchets . Solution produits</p>
<p>Éthique et gouvernance</p>	<p>Financier TGAP</p>	<p>Innocuité des produits pour les clients</p> <p>Exigences clients fin de vie des produits</p> <p>Concurrence</p>	
	<p>Application opérationnelle des engagements RSE</p>	<p>Cybersécurité</p>	<p>Éthique et conformité réglementaire</p>

LES OUTILS DE MISE EN ŒUVRE

La nouvelle stratégie « + = 0[®] » s'accompagne d'une mutation de la gouvernance.

> La gouvernance stratégique

Le défi d'un monde durable est pluridisciplinaire. Il implique la mise en œuvre d'une démarche stratégique qui doit à terme modifier la lecture et le traitement de l'ensemble des enjeux : Humain, Environnement et Innovation Durable.

Le comité RSE prend place aux côtés du Comité stratégique, du Comité d'Audit et du Comité des nominations et de rémunération. Le Comité RSE a été créé en 2018 sur proposition du conseil d'administration pour voir les sujets RSE traités au plus haut niveau de l'organisation. La composition de ce dernier a été renouvelé début 2022.

Le Comité RSE s'appuie sur le travail réalisé par le COPIL RSE lui-même encadré et abondé par le comité stratégique et les COPIL thématiques « groupes ».



DÉPLOIEMENT
2022 À
L'ÉCHELLE
DU GROUPE

GOVERNANCE STRATÉGIQUE INTERNE VISION GROUPE



COMITÉ RSE : éclairer le Conseil de Surveillance

⌚ 4 fois / an



**COMITÉ
STRATÉGIQUE**



COPIL RSE



**COPIL THÉMATIQUES
& COMMISSIONS
SITES**

Vigilance, Environnement,
Sécurité, Richesse Humaine



Vision et Cap

⌚ 1 fois / an

+ en cas de besoin



**Stratégie et
structuration**

⌚ 4 fois / an

+ en cas de besoin



Opérationnel

⌚ 1 fois / trimestre

Instance groupe

1 fois par mois : sites

> La gouvernance opérationnelle

Si le pilotage de la RSE continue d'être directement rattaché à la Direction Générale, la nouvelle gouvernance a pris en compte :

- > L'enjeu d'un périmètre élargi, afin d'intégrer l'innovation transverse entre toutes les entités opérationnelles
- > L'enjeu d'un système bottom-up fonctionnel et pragmatique dans toutes les entités.

L'extension de gouvernance permet, d'une part, de stimuler le caractère durable des innovations et d'autre part, d'en assurer une meilleure démultiplication. Elle permet également un pilotage de la stratégie RSE et son appropriation par les entités opérationnelles.

Ainsi la nouvelle gouvernance opérationnelle a été imaginée dans une approche à trois dimensions :

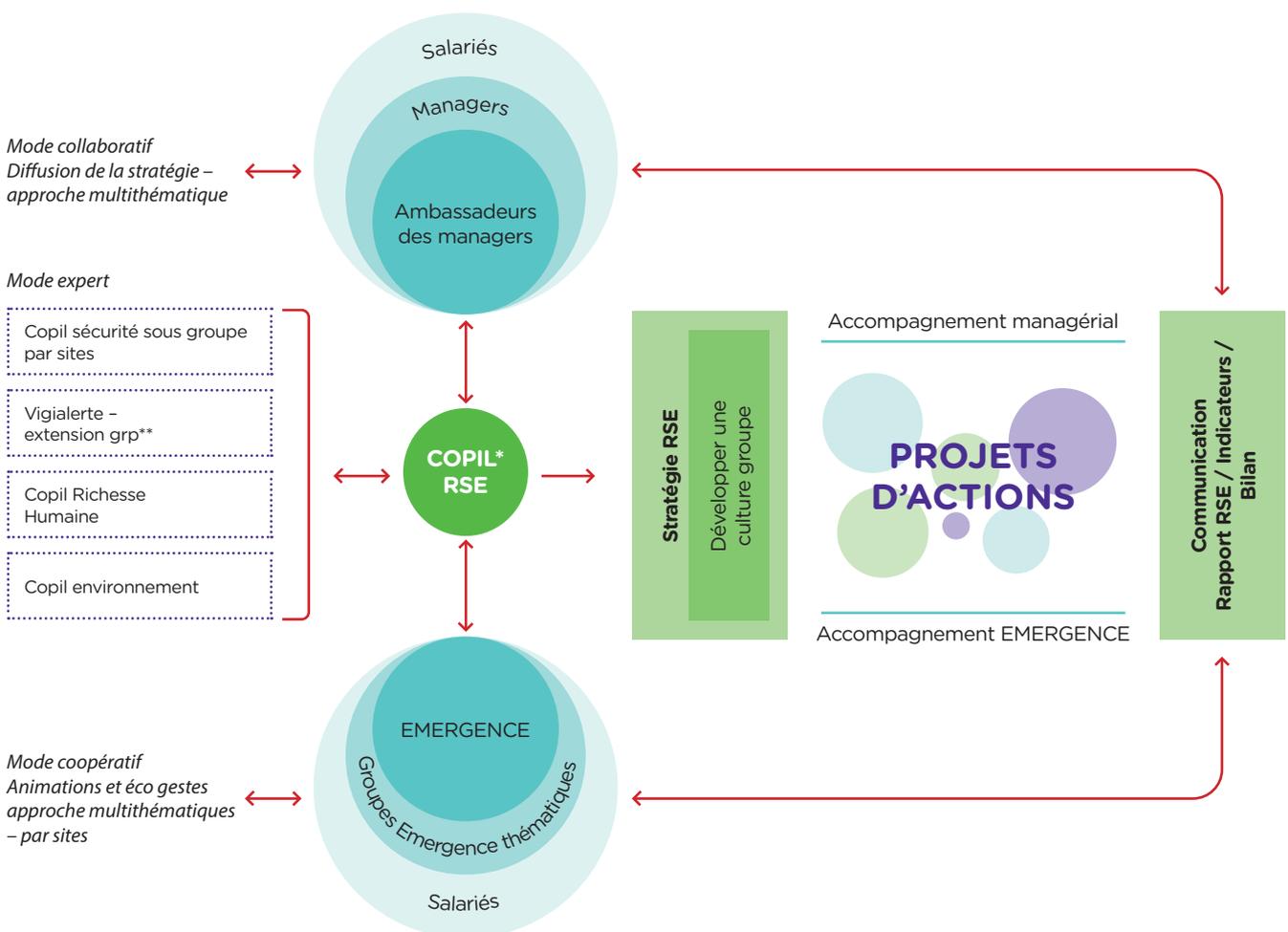
> **Dimension collaborative** : via la ligne managériale classique

> **Dimension coopérative** : via un système bottom-up de collectifs de salariés (déployés progressivement au sein de chaque entité en France et à l'international à l'horizon 2025) « **EMERGENCE** » qui réunit et fédère des collaborateurs qui souhaitent porter des sujets RSE transversaux dans l'entreprise. Les projets sont soumis au COPIL RSE qui questionne, challenge et le cas échéant approuve le déploiement et l'octroi de moyens pour réaliser les sujets proposés.

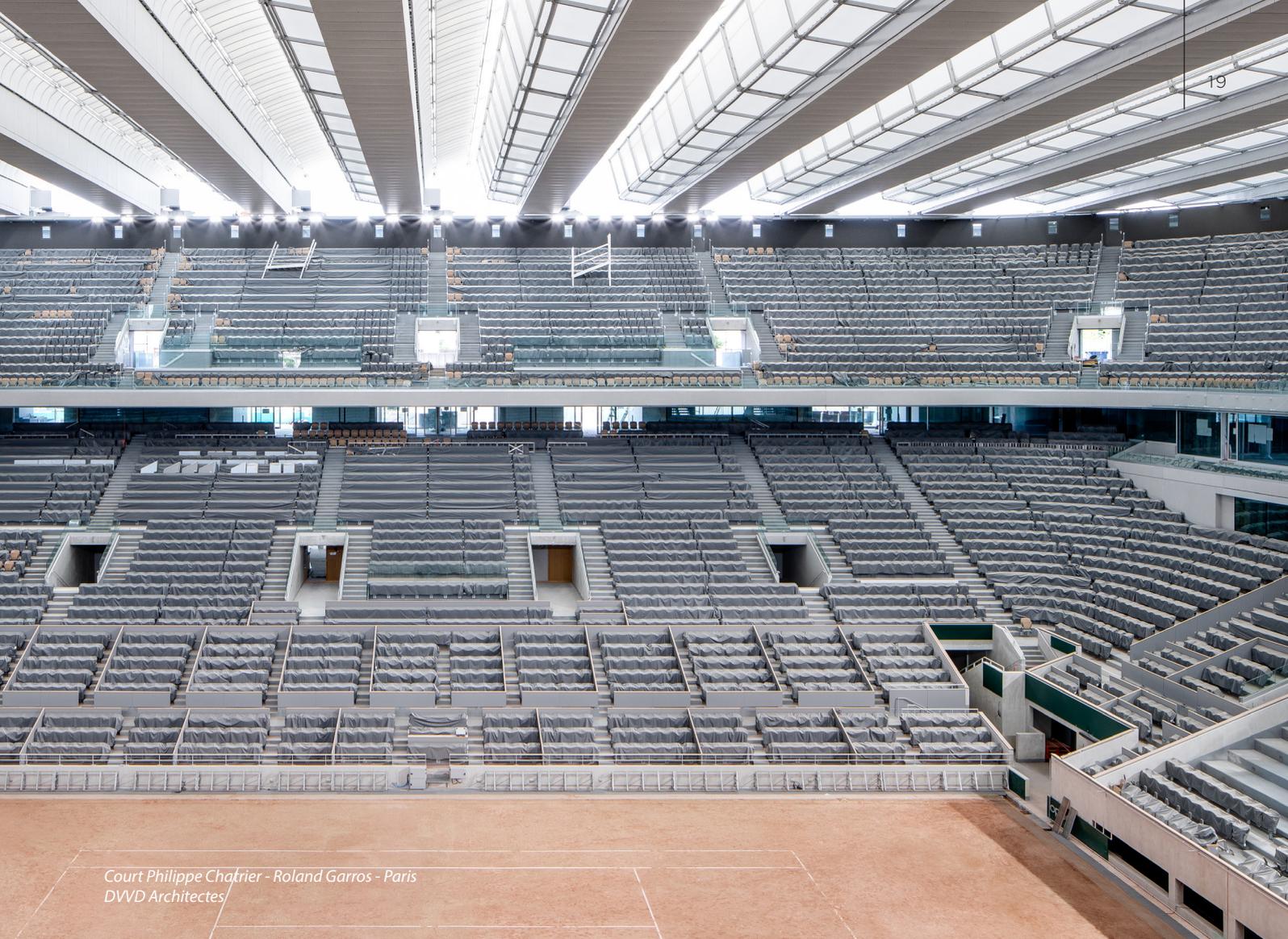
> **Dimension d'experts** : via un système de pilotage groupe sur les trois piliers de la RSE : Humain / Environnement / Innovation Durable puis déclinés, de manière autonome, à l'échelle de chaque entité opérationnelle.

Cette triple approche vise à alimenter, questionner, faire progresser la stratégie RSE au plus près du terrain pour développer une culture commune et atteindre les objectifs fixés tout en prenant en compte les spécificités de chaque site (identitaires, métiers, savoir-faire, territoriales...).

PRINCIPE DE GOUVERNANCE



* Comité de pilotage
** Comité technique



Court Philippe Chatrier - Roland Garros - Paris
 DVVD Architectes

> Cybersécurité :

Dans le cadre de la dynamique de croissance du Groupe Serge Ferrari, la digitalisation devient un enjeu de plus en plus critique. Cette digitalisation intervient à plusieurs niveaux :

- Harmonisation, sécurisation et modernisation des infrastructures cœurs du Groupe
- Intégration des processus et des systèmes des différentes entités du Groupe
- Mise en œuvre d'outils numériques nouveaux à destination des collaborateurs ainsi que des clients

Pour mener à bien ces missions, le Groupe s'est renforcé avec l'arrivée de Pierre Boissonnet en septembre 2021 en qualité de DSI Groupe.

Dans ce contexte de forte digitalisation, le premier sujet à traiter demeure la cybersécurité. En effet, l'industrie fait face actuellement à une croissance inédite de ces menaces. À la suite d'un audit mené avec un partenaire spécialisé en 2021, plusieurs actions prioritaires ont déjà été enclenchées pour renforcer notre sécurité (dont un chantier d'envergure livré fin 2021). En 2022, cette dynamique se poursuit avec la mise en place d'une gouvernance renforcée dédiée à la cybersécurité et la poursuite des actions initiées en 2021.

> Ethique des affaires :

Depuis janvier 2018, un code de conduite anti-corruption se référant à la Convention des Nationaux Unies contre la corruption, s'applique au sein du Groupe Serge Ferrari. Il s'inscrit dans le cadre de la loi n°2016-1691 du 09 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique. Sa mise en œuvre est encadrée par :

- Des actions de sensibilisation et de formation : les salariés cadres et non cadres le plus exposés aux risques de corruption et de trafic d'influence doivent participer à une formation. Les autres collaborateurs du Groupe sont tenus de prendre connaissance dudit code et sont sensibilisés grâce à des chartes : Sécurité, Déontologie, Règlement intérieur, Harcèlement et Violences au travail, Informatique, achats responsables, home-office/coworking.

- Un dispositif global d'alerte professionnelle : qui vise à recueillir des signalements émanant de collaborateurs concernant des comportements contraires au code de conduite anti-corruption établi. Pour garantir le déploiement du dispositif général et la confidentialité des informations éventuellement recueillies, le Groupe a désigné des référents Alerte. Ces derniers peuvent être

contactés directement, ou via une adresse mail « referent.alerte@sergeferrari.com ». Parallèlement, les collaborateurs peuvent également s'adresser aux membres du comité Ethique.

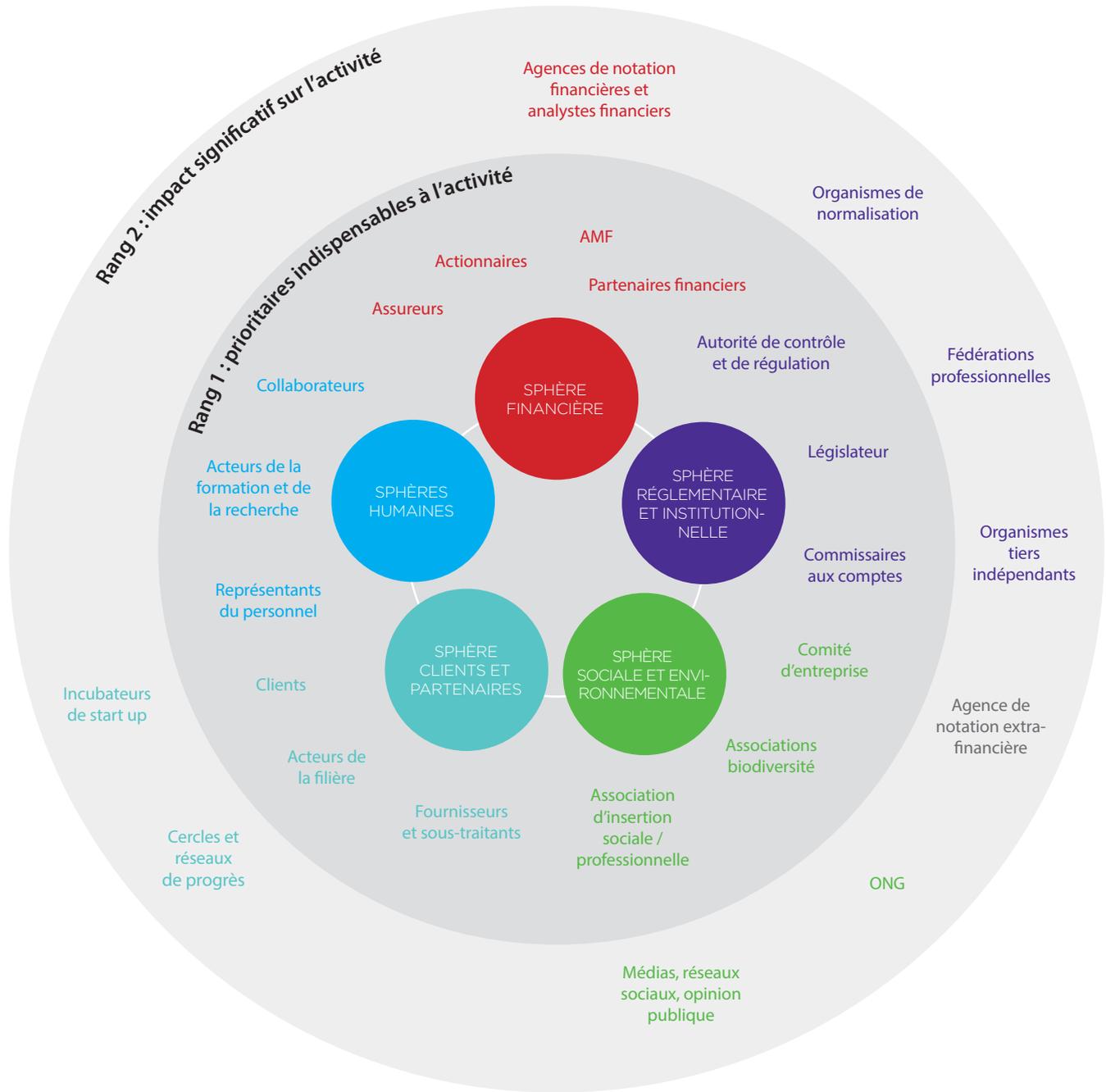


ÉCOSYSTÈME DES PARTIES PRENANTES

L'objectif de répondre rapidement et efficacement à l'impératif de nos trois indicateurs (Energie, Matière, Pénibilité) et plus globalement de nos trois piliers (Humain, Environnement et Innovation Durable) met en lumière le rôle majeur de la relation avec les différentes parties prenantes. Ces enjeux stimulent et élargissent de nouvelles formes de partenariats pour mieux partager les objectifs et les feuilles de route avec nos :

- > **Clients** : il est du devoir de l'entreprise de proposer des solutions alternatives prenant en compte l'ensemble du cycle de vie des réalisations fournies aux clients afin d'être compatibles avec les défis partagés.
- > **Fournisseurs** : partenaires essentiels de la réussite de l'atteinte des objectifs fixés, les fournisseurs du Groupe, à travers une collaboration constante, sont les pionniers de la réalisation technique.
- > **Société civile** : conscient du rôle sociétal que l'entreprise peut avoir dans la trajectoire de développement durable, le Groupe s'engage à porter des partenariats en faveur de projets vertueux pour le développement local et les populations qui y résident. En complément, le choix de se saisir de causes nationales ou internationales en faveur de la planète participent à nos opérations de mécénat.
- > **Actionnaires et partenaires financiers** : avec l'entrée en vigueur de la Taxonomie, l'entreprise a construit une stratégie RSE pour maximiser sa performance financière à long terme. Elle souhaite partager avec les investisseurs et actionnaires un programme d'actions pour œuvrer en faveur des objectifs de développement durable.

ÉCOSYSTÈME DES PARTIES PRENANTES



MODÈLE D'AFFAIRE

La politique de développement durable du Groupe Serge Ferrari remonte à sa création et influence le modèle d'affaires dans toutes ses activités. Ce dernier s'appuie entre autre sur l'ensemble des parties prenantes : collaborateurs, actionnaires, fournisseurs et sous-traitant en passant par les donneurs d'ordre public et privé, comme en témoignent les infographies ci-dessous.

Ecosystème ----->

Humain

- > +1 073 collaborateurs
- > SF Academy

Industriel et Intellectuel

- > 6 sites de production
- > 11 entités de vente et distribution
- > Matières premières issues de la pétrochimie et de la chimie minérale
- > +2,8 % du CA affecté à la R&D
- > 5 Laboratoires
- > 40 personnes au département R&D
- > 34 brevets actifs

Financier

- > 71,8 % actionnariat familial
- > Résultat net, part du Groupe 2021 : 10 178K€

Planète

- > ACV et FDES
- > Charte achat responsable
- > ISO 14 001 en France
- > Consommation Energie : 107 Gwh
- > Utilisation Eau : 700 000 m³

MODÈLE D'AFFAIRES*

GRANDES ATTENTES DU MARCHÉ

Efficacité énergétique
Confort de vie

Construction durable
Efficacité énergétique
Confort de vie

MÉTIERES DU GROUPE

Protection solaire

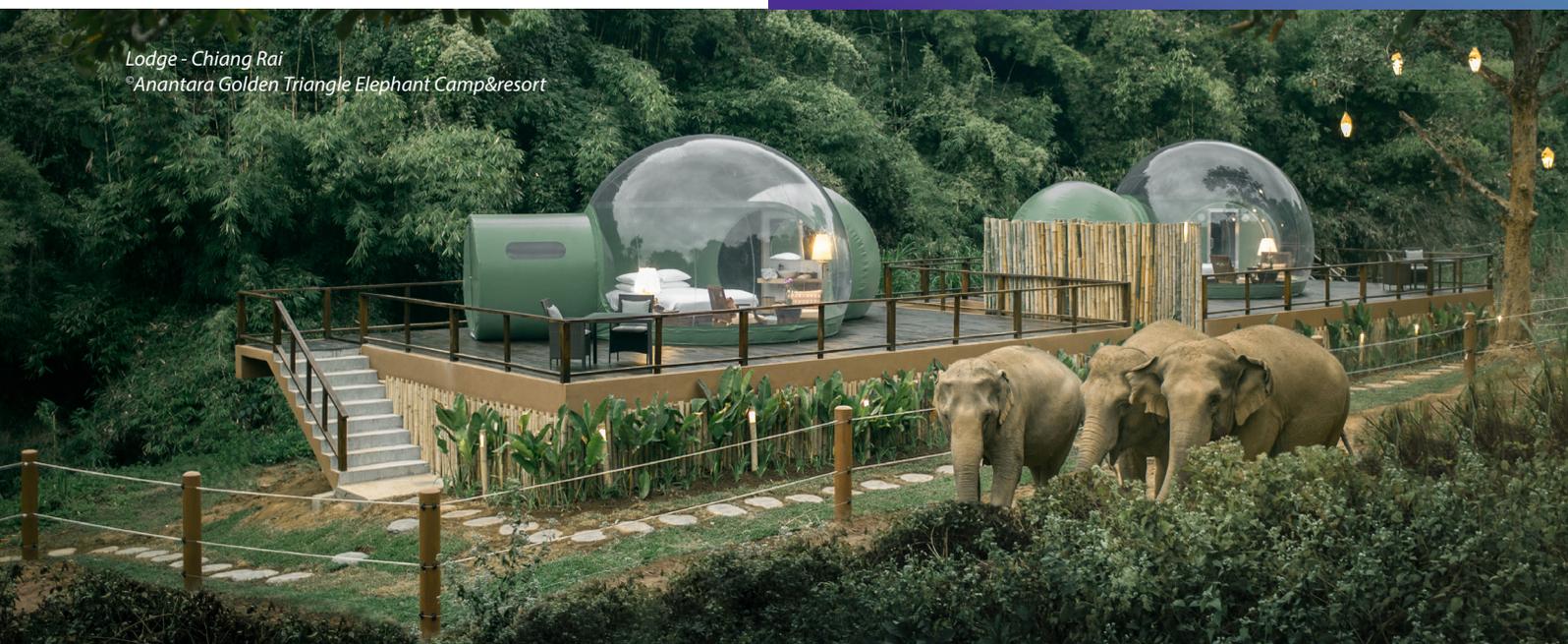
Architecture tendue

NOTRE EXPERTISE

Chaîne de valeurs

Formulation de matières premières
Ingénierie process et machines
Filage et tissage
Enduction et extrusion
Logistique
Services supports
Fin de vie

Lodge - Chiang Rai
Anantara Golden Triangle Elephant Camp&resort



Notre mission : mettre en œuvre des solutions alternatives de construction et d'aménagement performantes et vertueuses

Économie circulaire
Sécurité sanitaire

Sécurité sanitaire
Confort de vie

Structures modulaires

Marine et Mobilier

Excellence opérationnelle

Amélioration continue
Organisation mode projet
Organisation en SMI

* hors FIT - voir note méthodologique page 4

Valeur durable créée

Emploi / Engagement

- > 65 recrutements en CDI
- > 93,2 % collaborateurs en CDI
- > 37 % collaborateurs formés en santé et sécurité
- > 9 202 heures de formation
- > Ancienneté : 11,38

Réalisation éco responsable

- > RPET : fil recyclé
- > Loop : produit 100 % matière recyclée
- > AGIVIR

Contribution financière

- > 286 M euros CA
- > Impôts et taxes 2021 : 1 884 K€
- > Impôts sur les résultats 2021 : 3 987 K€

Industrie et R&D

- > 30 partenariats en R&D (privé et public)
- > 9 brevets déposés en 2021

Planète

- > Mécénat : 37 K€
- > Gaïa, Global Compact

ODD

Ambition



HUMAN FOCUSED STRATEGY



ENVIRONMENT FRIENDLY CHOICES



SUSTAINABLE INNOVATION AT WORK

De manière plus globale, le Groupe Serge Ferrari répond à plusieurs des Objectifs de Développement Durable (ODD) définis par les Nations Unies et présentés ci-dessous. Pour identifier les ODD correspondant à sa démarche RSE, le Groupe Serge Ferrari a passé au crible les 17 ODD et a retenu les plus pertinents au vu de son domaine d'activité.

8 ODD ont été sélectionnés, soit parce qu'ils sont en lien étroit avec la stratégie du Groupe, soit parce qu'ils font écho à des projets emblématiques auxquels le Groupe participe.

Ces ODD sont à analyser en deux temps :

Temps 1 : les ODD à forts enjeux sur lesquels le Groupe entreprend des actions directes et spécifique :



Temps 2 : les ODD « implicites » sur lesquels le Groupe, en tant qu'acteur économique, contribue systématiquement dans ses activités quotidiennes.



Partie 3

Les 3 piliers, concrètement ça donne quoi ?



HUMAN FOCUSED STRATEGY

PILIER 1

L'HUMAIN - LA RICHESSE HUMAINE COMME CONDITION DE LA DYNAMIQUE DU GROUPE

L'ADN du Groupe Serge Ferrari repose sur l'interdépendance de nos métiers, à tous les niveaux du Groupe. Chaque salarié, quel que soit son rôle, sa mission, son positionnement au sein de l'entreprise, apporte un savoir-faire et un savoir-être unique complémentaire et essentiel dans notre chaîne de valeur.

Le principe est simple : sans savoir-faire pas de différenciation, sans savoir-être pas de cohésion, sans engagement pas d'amélioration.

Afin de préserver et de promouvoir cet ADN, le pilier « richesse humaine » s'articule autour de 3 axes prioritaires :

- > La santé et la sécurité
- > La diversité
- > La reconnaissance.

Grâce à l'implication active et transversale du Département des Ressources Humaines du Groupe, la feuille de route richesse humaine est légitimée dans toutes les strates de l'entreprise à commencer par les managers.

« Dans la RSE, (...) chez Serge Ferrari, nous avons parfois la tentation de remplacer le S de Social par un H pour Humain »



Hervé Garcia, Directeur des Ressources Humaines du Groupe Serge Ferrari,

Quels sont les liens entre RSE et Ressources Humaines ?

La dimension humaine dans la politique RSE est tellement essentielle que nous avons parfois la tentation de remplacer le S de Social par un H pour Humain et parler de politique RHE ! Concrètement, nous considérons que chaque collaborateur est unique et qu'il est un atout pour l'entreprise. Nous avons donc 3 engagements très clairs vis-à-vis de chacun d'eux : le mettre en condition de faire bien, de se sentir bien et de faire mieux. Faire bien, cela signifie notamment attirer des talents. Nous voulons des collaborateurs exigeants qui considèrent que l'excellence est la norme. Se sentir bien, cela veut dire être en sécurité, en confiance dans l'entreprise et comprendre son rôle pour partager avec ses collègues. Faire mieux implique de donner du sens à la mission de chacun pour favoriser les initiatives, l'innovation, au cœur de l'ADN de notre entreprise.

Quand on conjugue ces 3 leitmotivs, on aboutit à un "travailler mieux" qui passe par un environnement professionnel positif qui favorise le travail différemment et qui permet d'être plus performant. Toute notre politique en matière de ressources humaines part de là pour irriguer toute notre organisation.

La santé et sécurité au travail est un projet majeur en 2022.

Pouvez-vous nous expliquer comment ?

Nous voulons implémenter une "culture sécurité" et nous savons que ça ne se décrète pas mais que ça se forge dans la pratique. C'est un travail de tous les jours pour réussir à avoir un comportement adéquat partout dans l'entreprise, dans les bureaux comme dans les ateliers, et ce quel que soit le poste occupé. D'ores et déjà, quand nous avons un accident ou un "presqu'accident" sur un site, nous réalisons un retour d'expérience sur

l'ensemble des unités pour que les bonnes pratiques des uns participent à prévenir les accidents dans le futur.

Comment intégrer la diversité inhérente à la dimension mondiale des activités du Groupe ?

Nos salariés sont présents dans 33 pays et nous souhaitons faire de notre diversité un atout. Nous allons capitaliser sur les synergies nées de notre diversité, c'est-à-dire intégrer nos différentes cultures, nos différents profils. Nous voulons créer des échanges pour s'enrichir mutuellement, permettre la mise en place d'une intelligence collective.

La diversité, c'est aussi tout mettre en œuvre pour améliorer la mixité, notamment dans les postes de management, ou mieux accueillir les personnes en situation de handicap. Notre démarche dépasse également le cadre de l'entreprise pour inclure des parties prenantes : par exemple, nous accueillons des jeunes ou des personnes accidentées de la vie pour les aider dans leur parcours de réinsertion.

Quel va être le point fort de la politique RH sur 2022 ?

Nous avons fait le constat qu'un salarié sur deux dans le Groupe a moins de 5 ans de présence alors que l'autre moitié a plus de 10 ans d'ancienneté ! C'est génial de réussir à faire travailler ensemble ces deux populations. Mais comment ? Nous avons réalisé un référentiel managérial qui a été co-construit avec des managers de différents horizons. Une enquête a notamment été conduite auprès de tous les managers du Groupe qui ont répondu à plus de 80 % sur leurs pratiques quotidiennes et leurs méthodes. À partir de toutes ces contributions, nous avons dégagé 4 grands thèmes qui structurent l'engagement de chaque responsable au sein du Groupe. Nous les avons rassemblés dans la formule "All 4 one" :

- > Le sens de l'autre
 - > Le sens de l'innovation
 - > Le sens de la pérennité
 - > Le sens de la performance
- Ce ne sont pas que des mots mais des modes de management traduits concrètement dans le quotidien de chacun. Le sens de l'autre, par exemple, c'est entretenir la proximité, être attentif. Savoir encourager, reconnaître ou féliciter ! Avoir le sens de la performance, c'est prendre ses décisions et les assumer, gérer ses priorités pour se focaliser sur l'essentiel, faire la promotion de la satisfaction client, avoir la capacité à projeter ses propres équipes dans la durée et, surtout, veiller et maintenir des conditions de travail qui favorisent la performance collective et individuelle.

Nous allons désormais déployer cet outil managérial sur lequel 170 managers du Groupe vont être formés.

AXE 1 SANTÉ ET SÉCURITÉ

La santé et la sécurité sont au cœur de nos valeurs et de nos méthodes de travail. Elles constituent un axe prioritaire et un engagement de tous les instants pour tous les collaborateurs. Cet axe essentiel est piloté par l'ensemble des membres du comité stratégique, afin de mobiliser chacun, de manière transversale, en France comme dans les filiales internationales.

PRINCIPAUX RISQUES IDENTIFIÉS	INDICATEURS CLÉS	FAITS MARQUANTS 2021	PETITS PAS 2022
<p>Pénibilité du travail</p> <p>Perte de l'équilibre vie professionnelle / vie privée</p> <p>Absentéisme et arrêt long</p>	<p>Taux de fréquence des accidents (TF1)</p> <p>Taux de fréquence des accidents (TF2)</p> <p>Taux de gravité des accidents (TG)</p> <p>Taux d'absentéisme (maladie et AT)</p>	<p>Covid 19 : application à la lettre des consignes édictées par les organismes professionnels, distribution des EPI, campagne de dépistage et de vaccination</p> <p>Rémunération des membres du Comex indexés sur les TF1, TF2 et TG</p> <p>Réalisation d'un rapport immédiat en cas d'accident diffusé à tout le Groupe</p>	<p>Mettre en place une nouvelle gouvernance « sécurité » à l'échelle du Groupe (étendre COPIL France)</p> <p>Définir et cartographier la pénibilité et les risques des métiers dits « prioritaires » du Groupe</p> <p>Généraliser le safety day</p> <p>Mettre en place des visites sécurité sur tous les sites</p> <p>Analyse des causes et actions correctives systématique en cas d'accident avec revue en BR (Business Review)</p>

FOCUS 1 SANTÉ ET SÉCURITÉ : RÉDUIRE DE 50% EN 2024 LE TF1 PAR RAPPORT À 2018 -2019

La prise en compte de la sécurité au travail est une préoccupation constante dans toutes les opérations. Depuis plusieurs années le Groupe structure ses méthodes de travail pour éviter et réduire les accidents. Ainsi, sur les sites français et suisses, un process managérial est en place pour analyser chacun des accidents, sa chaîne de causalité et les actions correctives à mettre en œuvre. Il permet de traiter en profondeur les situations génératrices d'accidents ou de presque-accidents afin de les éliminer. Une analyse précise est reportée au directeur de production de façon récurrente au moment des revues industrielles. Au regard des résultats observés, il a été décidé que ce process sera généralisé progressivement sur l'ensemble des sites opérationnels à partir de 2022.



FOCUS 2 SANTÉ ET SÉCURITÉ : 100 % DU PÉRIMÈTRE INDUSTRIEL FORMÉS D'ICI 2025 (PAR RAPPORT À 2021 : 37%)

L'objectif initialement fixé dans la stratégie 2024 qui consistait à former 50% des salariés en santé et sécurité a été atteint en 2019.

Afin de continuer à progresser, le Groupe se fixe désormais un objectif plus ambitieux en actualisant sa stratégie à l'horizon 2025 : former 100% des salariés en santé et sécurité.

Pour atteindre ce nouvel objectif, le Groupe pourra s'appuyer sur la fonction de formateur, l'expérience et les différentes actions portées par les sites.



*David Jacques,
chargé de mission QSE et superviseur sécurité*

L'ergonomie, premier levier d'action pour réduire la pénibilité des postes de travail

Une approche plus systémique en production

L'ergonomie est un sujet à considérer sous ses multiples aspects. Hormis le poste lui-même, il faut tenir compte de l'organisation du travail en place et, lorsque c'est possible, de la conception des ateliers et des machines. C'est cette approche globale que le Groupe a initié sur le site de La-Tour-du-Pin en 2021. Elle est notamment animée par David Jacques, aujourd'hui chargé de mission QSE et superviseur sécurité. Son expérience sur les lignes de production

constitue un atout pour mener à bien la feuille de route que le Groupe s'est fixée.

Observer, proposer, tester, évaluer

Concrètement, cette nouvelle approche se structure en différentes phases : une observation au poste conduite par l'équipe QSE en partenariat avec un ergonome, un dialogue avec les personnes concernées au sein de groupes de travail dédiés, enfin l'implémentation d'actions correctives donnant lieu à un retour d'expérience. « L'observation n'est pas une évaluation : il ne s'agit pas de juger ou de noter un comportement mais de comprendre comment l'opérateur fonctionne au quotidien, l'organisation du travail en place et les irritants rencontrés », insiste David Jacques. Cette année, la démarche s'est focalisée sur deux postes : celui de tisseur et celui de manutentionnaire. Sur la base du volontariat, une équipe du matin, une équipe de l'après-midi et une équipe de nuit, les ateliers tournent en trois-huit, ont fait l'objet tour à tour d'une observation qui est photographiée. « Le but de cette démarche, c'est de travailler en direct avec les salariés. On demande à des opérateurs de profils différents de prendre part au groupe de travail pour couvrir un maximum de cas de figure. Ils travaillent sur leurs problématiques : on les oriente, on les guide mais ce sont eux qui au final déterminent quelle est la meilleure action à introduire pour réduire ou éliminer le risque identifié en amont. » Les actions retenues sont ensuite testées en conditions réelles.

Prenons l'exemple du poste de manutentionnaire sur lequel plusieurs évolutions facilitent le quotidien des équipes. La substitution d'une technique d'encollage réalisée avec une bombe de colle par une autre méthode qui utilise du scotch double

face est en cours de test. « Nous avons transposé ce processus qui existe déjà dans les ateliers d'extrusion. Les résultats des premiers essais sont probants. L'opérateur n'a plus à se plier en deux pour appliquer la colle au niveau du poste de travail, on réduit la phase de nettoyage induite par cette tâche et on supprime l'exposition du salarié au risque chimique car la colle utilisée contenait un agent chimique dangereux (ACD). » L'action a même des retombées plus larges car elle retire une contrainte de gestion au niveau des zones d'approvisionnement et de stockage des produits chimiques. « On atteint ainsi plusieurs maillons de l'organisation de travail. Auparavant, l'observation restait à l'échelle d'un poste. Désormais, l'approche est systémique : on regarde tout ce qui peut se passer autour de ce poste ainsi que les possibles répercussions sur les autres postes de la chaîne de production. La méthode d'encollage expérimentée ici ne doit en aucun cas perturber le processus d'enduction qui est la dernière étape de fabrication de nos produits. »

Une démarche globale à conduire sur le long terme

La démarche a vocation à être déployée et déclinée sur toutes les unités de La-Tour-du-Pin selon la même exigence. « Le but ultime, c'est de parvenir à analyser tous les postes suivant des objectifs réalistes et atteignables. Sur les métiers à tisser par exemple, on estime que l'on va faire passer les presque-accidents de chute de plain-pied de 4 à 0. Plus globalement, c'est un levier de progression notable pour améliorer l'évaluation du risque, réduire les risques potentiels et les presque-accidents », conclut David Jacques.



Joëlle Barussaud, infirmière santé au travail chez Serge Ferrari depuis 2019, a entamé un premier travail auprès du personnel de bureau en septembre 2019, en « installant de manière individuelle » un certain nombre de salariés à La-Tour-du-Pin, et en proposant des « toucher-effleurages » pour dénouer les tensions. Mais l'arrivée de la Covid-19 a tout arrêté.

La démarche a repris, un peu différemment, en octobre 2021, à l'occasion du « mois santé », avec la mise en place d'ateliers de sensibilisation au travail sur écran. Joëlle Barussaud, aidée de Constance Kocher, a organisé des sessions de « démonstration » à des petits groupes de 4 à 8 personnes, afin de leur montrer comment bien s'installer et pourquoi cela est essentiel. « Par exemple, si la chaise est trop basse par rapport au bureau, on va lever le cou pour regarder l'écran, ce qui pourra engendrer un torticolis et des tensions au niveau des épaules », explique l'infirmière.

Considérer l'ergonomie des postes de travail sur écran

Lorsqu'on reste assis face à un écran 7 à 8 heures par jour, les conséquences de mauvaises postures sont réelles. Des TMS (troubles musculo-squelettiques) peuvent s'installer et provoquer, dans le temps, des maladies invalidantes – torticolis, tendinites, conjonctivites, maux de tête...

L'ergonomie de bureau est un tout : « il n'y a pas que la chaise et la hauteur du bureau ! Il y a l'écran, la souris, le clavier, mais aussi tout ce qu'on appelle l'environnement indirect, c'est-à-dire la luminosité, le bruit, la température de la pièce. »

À ce jour, plus d'une trentaine de personnes ont été sensibilisées. À terme, l'idée est de doter l'entreprise d'une « charte du mobilier adapté », afin que chacun puisse disposer, à son bureau, d'un mobilier ergonomique. Le principe a été acté ; l'acquisition se fera progressivement.



FOCUS 3

SANTÉ ET SÉCURITÉ : + DE COMMUNICATION POUR UNE MEILLEURE APPROPRIATION DES ENJEUX

L'implication permanente des managers est essentielle pour que tous les salariés s'approprient les consignes de prévention et de sécurité.

Pour cela, les équipes RH, QHSE, équipe de prévention, l'infirmière, le médecin du travail, et le Service Communication ont mené en 2021 de nouvelles actions d'animation et de communication sur les sites français. Fort de ces expériences le Groupe a décidé de les déployer au sein de ses filières internationales.

Le mois de la santé et de la sécurité

L'un des points forts de 2021 a été sans conteste, le mois de la Santé et de la Sécurité, qui s'est déroulé en « octobre/novembre » pour tous les sites français. Le but de cette action : sensibiliser les équipes sur la remontée des bonnes pratiques et des risques via des animations et outils mis à leur disposition. Grâce à un programme varié touchant tous niveaux et toutes fonctions, la formule proposée a visé des actions de communication et de prévention sur des thèmes divers.

Ainsi, trois temps forts ont eu lieu :

- > **ATELIERS DE SENSIBILISATION** « travail sur écran » organisé par le collectif de l'entreprise EMERGENCE et l'infirmière du travail : plus de 50 participants
- > **CONFÉRENCE** ouverte à tous, pilotée par le service RSE, avec un intervenant externe : en direct et re visionnable en replay sur « bouger pour être bien dans sa tête et dans son corps » : 50 participants
- > **UN SAFETY DAY** pour les salariés de production organisé par le service QHSE : 250 participants comprenant plusieurs ateliers de sensibilisation dont la formation Sauveteur Secouriste au Travail (SST) (voir photo ci dessous).



AXE 2 DIVERSITÉ

Il n'existe pas de définition juridique de la diversité. Cette dernière est souvent abordée au travers d'indicateurs statistiques (égalité de traitement, parité...) faisant référence à des approches culturelles. Dans un Groupe international comme Serge Ferrari, la notion de diversité doit s'entendre au regard des origines anglo-saxonnes du « management de la diversité » plutôt que sur la spécificité « française ».

Le Groupe Serge Ferrari va chercher à promouvoir la diversité (en prévenant les discriminations), à s'appuyer sur la complémentarité des savoir-faire grâce à un système de talent management.

Ainsi, la stratégie appliquée depuis plusieurs années en matière de développement du capital humain a été accélérée sur l'année 2021, marquée à nouveau par la crise COVID 19, mais aussi par des opérations de croissance externe qui sont venues modifier en profondeur le profil des salariés du Groupe Serge Ferrari.

Grâce à un travail étroit et quotidien entre les services RH et RSE, les problématiques récurrentes (attractivité, fidélisation, égalité des chances...) sont prises en compte dans l'accompagnement quotidien des salariés et des recrutements. Le Groupe attache une importance particulière à la diversité des parcours pour entretenir la diversité au sein de ses effectifs.

PRINCIPAUX RISQUES IDENTIFIÉS	INDICATEURS CLÉS	FAITS MARQUANTS 2021	PETITS PAS 2022
1/ Discrimination 2/ Absence de regards croisés et d'expériences complémentaires 3/ Dégradation de l'image de l'entreprise	Part des femmes sur effectif total Part des salariés en situation d'handicap Age moyen de l'effectif	Préparation d'une nouvelle gouvernance pour favoriser l'expression de tous (sujets collaboratifs et coopératifs) Services sous-traités par des structures d'insertion ex : buffet pour safety day, espaces verts...	1/ Mise en place d'un COPIL richesse Humaine à l'échelle Groupe 2/ Nouvelle gouvernance au sein de l'entreprise : AGORA* 3/ Actions en faveur de la diversité 4/ Étude sur l'identification des freins à l'accueil des femmes en milieu de production 5/ Intégration des critères de diversité dans les discussions NAO (France) 6/ Nouvelle campagne de communication recrutement : marque employeur

* Instance opérationnelle constituée de 16 membres et du comité stratégique pour croiser les regards sur les enjeux stratégiques de l'entreprise

FOCUS 1 DIVERSITÉ : OBJECTIF EN 2030 : ATTEINDRE 30 % DE PART DES FEMMES DANS L'EFFECTIF TOTAL (PAR RAPPORT À 2021 : 25.7 %)

Fort de sa charte de valeurs, le Groupe Serge Ferrari fait de l'égalité de traitement entre tous les salariés un axe majeur de sa politique de diversité. L'objectif poursuivi est de lutter contre les préjugés et les représentations de discrimination liée au genre, à l'âge, au handicap ou encore à l'origine.

Cet objectif prend effet dès les processus de recrutement où les managers sont sensibilisés à la lutte contre toute forme de discrimination. Le choix du candidat repose uniquement sur des critères de compétences et de comportement au regard des postes de travail à pourvoir.

S'agissant du point précis relevant de la parité : dans un univers de production industrielle, il s'agit d'un vrai challenge. Bien que les préjugés sur le secteur de la production industrielle renvoient à une image essentiellement masculine, la place des femmes tend à devenir plus importante au sein du Groupe Serge Ferrari. Sur ce point, l'entreprise a pleinement conscience de ses marges de progrès. C'est pourquoi, il souhaite accompagner le processus de montée en puissance des femmes, en partenariat avec les établissements scolaires, qui s'inscrit nécessairement dans un temps long lié au changement de mentalité permettant ainsi un vivier de femmes plus important pouvant occuper un maximum de postes.

Parallèlement, le Groupe déploie pour s'améliorer un certain nombre d'initiatives : portant sur l'égalité des rémunérations, les écarts de promotion ou encore le pourcentage de salariés augmentés au retour d'un congés maternité (suivi via index PENICAUD),

Considérant ces éléments, le Groupe a décidé de préciser son objectif 2024 en définissant une cible dans sa politique 2030 pour atteindre à cette date 30 % de part des femmes dans l'effectif total. L'idée du Groupe est d'avoir une approche de la diversité, et dans ce cas précis de la diversité Homme / Femme, pragmatique. Il ne s'agit pas d'entreprendre des actions tout azimut pour atteindre un objectif chiffré mais plutôt de raisonner sur les blocages et leviers sur lesquels l'entreprise peut agir pour mixer davantage ses équipes. Cette approche est à analyser en lien avec la démarche relative à la qualité de vie au travail et aux conditions de bien être dans l'entreprise.



FOCUS 2 DIVERSITÉ : OBJECTIF : FAVORISER L'INSERTION

L'égalité passe également par la notion d'insertion.

Lorsque cela est possible, le Groupe Serge Ferrari propose de sous-traiter certains travaux et missions à des personnes éloignées de l'emploi. On peut, à titre d'exemple, citer des prestations liées à l'entretien des espaces verts ou encore à des actions de traiteur.

L'insertion passe également par

l'intégration de jeunes alternants ou de stagiaires. Ainsi notre entreprise, sur le périmètre français, a répondu aux efforts demandés par l'État en poursuivant sur l'année 2021 l'accueil de jeunes étudiants sous différentes formes : période de professionnalisation, stages, alternance. Au-delà des profils techniques, le Groupe s'attache également à former des jeunes talents aux métiers du commerce et du marketing.

Enfin, l'égalité passe également par une volonté d'intégration plus forte du Groupe d'accueillir davantage de personnes en situation de handicap. Ce positionnement

se traduit par des actions de pédagogie et d'animations internes. Conscient que son implication doit être plus importante pour atteindre son objectif de 6 % (en France) en 2024, le Groupe souhaite organiser en 2022, un mois sur la thématique diversité, en sensibilisant notamment les salariés. L'objectif sera également de s'inspirer du savoir-faire et des expériences des différents sites du Groupe pour échanger sur les bonnes pratiques, à l'image de ce qu'entreprend le site de production Suisse.

Une collaboration fructueuse entre Serge Ferrari Tersuisse et la fondation Brändi

Serge Ferrari Tersuisse AG coopère depuis 2006 avec la fondation Brändi, une association à but non lucratif œuvrant en faveur de l'inclusion sociale, culturelle et professionnelle des personnes ayant un handicap mental ou physique (localisée à Kries, en Suisse). Actuellement 5 membres du centre pour personnes handicapées travaillent sur le site industriel d'Emmebrücke. Retour sur une collaboration fructueuse gérée par Niklaus Zemp, directeur des sites suisses d'Emmenbrücke et Eglisau, et Beat Meyer, responsable de la production de fil à Emmenbrücke.

Il y a 15 ans, Serge Ferrari Tersuisse a fait le choix d'externaliser certaines tâches en collaboration avec la fondation Brändi. Un partenariat novateur à l'époque car « en Suisse, le fait d'employer des personnes handicapées relève de la volonté des entreprises et non d'une obligation légale », précise Niklaus Zemp, le directeur des entités suisses du Groupe Serge Ferrari.

Un partenariat symbolique pour la fondation Brändi car, pour la première fois, des personnes bénéficiant des services du centre travaillent directement dans les usines de leurs clients, sur un site industriel. La partie contractuelle ainsi que les éventuels accidents du travail sont gérés par le centre Brändi, qui est le responsable légal de ces travailleurs. « Les salariés de Brändi travaillent 8,5 heures par jour comme n'importe quel autre salarié. La première étape est de comprendre ce que les personnes aiment faire. Dans un second temps, il s'agit de leur montrer le type de tâches qu'elles peuvent effectuer », explique Meyer (Directeur de production).

« Ce partenariat a du sens pour les différentes parties prenantes qu'il s'agisse de la fondation Brändi, des personnes handicapées ou de Serge Ferrari Tersuisse AG », souligne Niklaus Zemp. Le sentiment d'appartenance joue un rôle important : « les membres du centre Brändi étaient très heureux de porter des vêtements de travail incluant le logo de Serge Ferrari Tersuisse. Ils ont exprimé un véritable sentiment de fierté. Ils font partie de la famille Serge Ferrari et ne manquent jamais une opportunité d'assister à des événements informels organisés par l'entreprise », conclut Niklaus Zemp.

*Niklaus Zemp,
Directeur des entités
suisses du Groupe
Serge Ferrari.*



Feedback des travailleurs de Brändi

« J'aime collaborer avec le personnel travaillant par poste. La seule chose que je ne suis pas en mesure de faire à l'heure actuelle est de tirer le fil à travers la bobine. Cela est trop compliqué pour moi mais je suis tout à fait capable d'effectuer les autres tâches. »

Kevin Bachmann, travaillant à Serge Ferrari Tersuisse depuis 2016

« J'apprécie beaucoup mon expérience au sein de Tersuisse. Je n'ai pas de tâches préférées. J'aime faire tout type de travail. Les gens ici se montrent très amicaux envers moi et ils sont toujours là pour m'aider si j'ai des questions. »

Mentor Gyjokori, travaillant à Serge Ferrari Tersuisse depuis 2018

« Le travail que je peux effectuer ici est très intéressant. J'essaie d'éviter toute forme de stress car je ne veux pas avoir d'accident ou faire une erreur. Nous nous devons de travailler très soigneusement et précisément. L'année prochaine je fêterai mon dixième anniversaire au sein de Serge Ferrari Tersuisse ! »

Frasko Stojkovic, travaillant à Serge Ferrari Tersuisse depuis 2012



AXE 3 RECONNAISSANCE

La reconnaissance au travail est un des leviers de performance de la RSE. Au sein d'un Groupe familial dont les effectifs se sont multipliés rapidement, l'enjeu est de faire en sorte de favoriser la reconnaissance – besoin éprouvé par de nombreux salariés.

Dans cette logique, les collaborateurs de l'entreprise sont considérés comme des parties prenantes, avec des attentes et des besoins exprimés.

PRINCIPAUX RISQUES IDENTIFIÉS	INDICATEURS CLÉS	FAITS MARQUANTS 2021	PETITS PAS 2022
<ul style="list-style-type: none"> 1/ Perte des savoir-faire 2/ Difficulté à recruter 3/ Perte de motivation et désengagement des collaborateurs 4/ Dégradation du climat social 	<ul style="list-style-type: none"> Turn over Taux d'absentéisme Répartition par tranche d'âge 	<ul style="list-style-type: none"> 1/ Un mois une thématique : mobilisation du collectif de salariés : EMERGENCE 2/ Lancement du référentiel managérial 3/ Partage de portraits illustrant les métiers du Groupe. 	<ul style="list-style-type: none"> 1/ Promouvoir et déployer les actions EMERGENCE : France et autres sites 2/ Entretiens individuels digitalisés pour que les salariés puissent accéder directement aux informations et documents administratifs les concernant. 3/ Projet INKUBATOR* 4/ Enquête d'engagement sur une population significative de salariés 5/ Étendre EMERGENCES en Allemagne

FOCUS 1 RECONNAISSANCE : OBJECTIF : DÉVELOPPER LA MARQUE EMPLOYEUR

Depuis sa création, le Groupe a toujours compté sur les hommes et les femmes qui ont contribué à façonner la culture très forte de Serge Ferrari. Culture à laquelle l'ensemble des parties prenantes (collaborateurs, partenaires, mais également clients) est très attachée. Aujourd'hui, le Groupe continue de cultiver son ADN qui favorise le collectif,

l'esprit entrepreneurial et l'innovation mais aussi de pérenniser ses valeurs en adéquation avec le projet d'entreprise, tout en ayant une approche RSE intégrée et structurée.

C'est pour faire vivre ses valeurs au quotidien, que le projet du référentiel managérial a été lancé en 2021.

* Espace de réflexion pour construire l'entreprise de demain : 10 salariés entre 25 et 40 ans représentatifs de l'entreprise

All 4 one : vers une culture managériale groupe fédératrice



L'année 2021 a été marquée par le lancement d'un nouveau référentiel managérial : « **All 4 one** », qui répond aux enjeux stratégiques du Groupe. Ce modèle, axé autour de 4 piliers que sont **le sens de l'autre, le sens de l'innovation, le sens de la performance et le sens de la pérennité**, a pour vocation de guider les managers en leur permettant de s'approprier et de développer des postures managériales concrètes. Son élaboration et son déploiement sont pilotés par Malika Bonleux, Responsable Ressources Humaines du Groupe pour les fonctions supports, marketing et ventes (France et International).



*Malika Bonleux,
Responsable Ressources Humaines du Groupe
pour les fonctions supports, marketing et ventes
(France et International)*

La nécessité d'avoir un même socle

Depuis 2017, les intégrations successives de nouvelles sociétés (Serge Ferrari SpA et Verseidag) renforcent le besoin de sens à tous les niveaux de l'entreprise, pour toutes les fonctions et plus globalement dans tous les pays où le Groupe est implanté. Pour répondre à cette nécessité, le Groupe Serge Ferrari a initié un travail sur son identité de marque qui a abouti à la mission « Act now to build a better tomorrow ». Ce travail a mis en évidence la force « de la culture du Groupe Serge Ferrari. Elle constitue un véritable élément différenciant voire un avantage concurrentiel et contribue à l'attractivité du Groupe en tant qu'employeur », confie Malika Bonleux. Le référentiel managérial est l'expression de cet attachement partagé. Il répond à la nécessité « d'avoir un socle commun », explique la chef de projet.

Un outil co-construit

Le référentiel est le fruit d'un processus de co-construction impliquant les Ressources Humaines ainsi que des managers et visant une culture du feedback.

« On aurait pu proposer un outil clé en main mais il était crucial d'établir un référentiel qui ne soit pas abstrait et qui soit fidèle aux valeurs et à l'image du Groupe pour que chaque manager s'y reconnaisse », souligne Malika Bonleux.

Les managers ont notamment eu l'occasion d'évaluer la pertinence des 4 piliers définis dans le référentiel en répondant à un sondage lancé en Français, Anglais, Allemand et Italien. « L'objectif était de saisir les besoins les plus urgents des managers afin de créer les outils adéquats car nous souhaitons créer un programme sur mesure. Nous nous sommes beaucoup interrogés sur la sémantique et les éléments de langage pour permettre l'appropriation la plus large et la plus consensuelle », souligne Malika Bonleux. Le référentiel est aujourd'hui décliné en 4 langues pour mieux être compris de tous.

Un déploiement dans la durée

Une communauté de pratique

Le projet rassemble une communauté de 250 managers (N-2 du COMEX) qui a accès à une plateforme digitale dédiée. Cette plateforme contient un module de formation expliquant les 4 piliers du référentiel et la façon dont ils peuvent être incarnés. Malika Bonleux souhaite également enrichir la plateforme en partageant des lectures avec les managers. « Il s'agit de leur offrir un espace pour prendre du recul et se nourrir ». Cette communauté a également pour vocation de favoriser les retours d'expériences et les échanges de bonnes pratiques. Elle constitue aussi une opportunité pour les managers de créer son réseau interne.

La notion d'accompagnement dans le temps : le fil conducteur du projet

Le déploiement du programme d'accompagnement via des formations en France et à l'international débutera en février 2022 et s'étalera sur 6 mois. Un déploiement plus ambitieux est ensuite envisagé (élargissement à de nouveaux métiers/nouvelles fonctions, intégration dans le processus de recrutement) sur la base de ce premier « pilote ».

FOCUS 2 RECONNAISSANCE : OBJECTIF : ATTRACTIVITÉ ET FIDÉLISATION DES COLLABORATEURS

Depuis sa création, le Groupe Serge Ferrari bénéficie d'une belle notoriété qui repose notamment sur son expertise technique.

Rester une entreprise attractive signifie capitaliser sur sa marque et sa capacité d'innovation. Le Groupe a besoin de profils très divers dont certains plus rares, comme pour le département R&D.

L'attractivité passe non seulement par les valeurs du Groupe mais aussi par les conditions de travail qui doivent évoluer, en fonction des nouveaux outils, des contraintes et des appétences. C'est ainsi que le Groupe a étendu le Home Office en France, par un nouvel accord groupe (révisant celui de 2019), donnant la possibilité aux collaborateurs dont les fonctions ne sont pas sur des obligations de présentiel, de pouvoir télétravailler à

raison de deux journées par semaine (contre 1 initialement prévue). Cet accord répond également à la réduction des gaz à effet de serre émis par les déplacements domicile / travail ainsi qu'à un allègement des trajets sur de longues distances (agglomérations voisines situées à plus de 45 minutes en voiture).

La fidélisation des collaborateurs passe notamment par l'accroissement de la promotion interne et le déploiement des missions en mode projet. Il s'agit de favoriser l'inclusion et le travail d'équipe qui influent sur les conditions de travail et offrent des perspectives de projection et d'évolution de carrières au sein du Groupe. La fidélisation des collaborateurs est ainsi indissociable d'une gestion dynamique des compétences, visant à faire converger les aspirations des salariés avec les besoins de l'entreprise.

Pour cela, le Groupe renforce ses formations internes sur le management de projet. Un groupe de travail transversal a d'ailleurs pour mission de créer des outils dynamiques et partagés.

Le sentiment d'appartenance des collaborateurs au Groupe Serge Ferrari est une force. La fidélité s'entretient et doit s'accompagner d'actes significatifs de reconnaissance (à l'image des médailles de travail remises) et d'actions responsabilisantes individuelles (nouveaux dossiers / projets) ou collectives (EMERGENCE).

Pour entretenir la fidélité, le Groupe Serge Ferrari initie des challenges inter sites afin de favoriser l'intégration des nouvelles équipes issues de la croissance externe.



France & Allemagne : favoriser les échanges, créer des liens, entretenir les communautés

Les collaborateurs du Groupe Serge Ferrari ont participé à la course Run in Lyon 2021

FOCUS 3 RECONNAISSANCE : OBJECTIF : + DE FORMATION ET INSERTION POUR ACCOMPAGNER CHAQUE COLLABORATEUR SUR UN PARCOURS PROFESSIONNEL ADAPTÉ

La politique de formation du Groupe Serge Ferrari est associée à la stratégie de fidélisation de son personnel, quel que soit le statut et la gestion dynamique de ses compétences internes.

Des plans de formations pertinents permettent à l'entreprise de faire face au mieux à l'évolution de ses métiers et des marchés en maîtrisant, en interne, les savoir-faire nécessaires.

Les collaborateurs y trouvent un moyen de renforcer leur employabilité et une réponse à leurs aspirations d'évolution professionnelle. En cela, la Serge Ferrari Academy joue un rôle essentiel : du processus d'intégration et d'inclusion de nouveaux collaborateurs à l'enrichissement des connaissances.

Le Groupe veille également à maintenir les compétences des opérateurs en production à travers le renouvellement régulier des habilitations spécifiques requises pour l'exercice de leur métier (CACES pour la conduite des engins de manutention et chariots élévateurs, habilitation électrique, formations SST, etc.).

L'enjeu de formation est également à mettre en perspective avec la politique « Mobilité interne » largement relayée par les Ressources Humaines auprès des managers qui s'inscrivent dans cette dynamique. La mobilité concerne tout type de fonction au sein du Groupe : Marketing, Commercial, Support, Production. La mobilité géographique est également favorisée et donne l'opportunité aux collaborateurs désireux et dont les compétences coïncident, de faire évoluer leur carrière à l'international. La présence internationale et la diversité existante des salariés du Groupe Serge Ferrari est une force qui permet aux collaborateurs de pouvoir se projeter sur d'autres sites.

Serge Ferrari Academy : à mi-chemin entre diversité et reconnaissance

Face à la diversité des nationalités désormais représentées au sein du Groupe, la nécessité de formaliser les échanges pour améliorer la compréhension entre les entités est manifeste.

C'est dans cet esprit que la Serge Ferrari Academy conçoit le module « Différences culturelles - entre allemands et français ». Son objectif : permettre à chaque représentant de ces deux pays de comprendre le schéma de pensée et les modes de fonctionnement de leurs homologues pour travailler plus efficacement et sereinement ensemble. Avec un Groupe qui exporte depuis plusieurs décennies ses produits aux quatre coins du monde, les collaborateurs du Groupe Serge Ferrari font preuve d'une certaine ouverture d'esprit et d'une aisance dans leurs interactions interculturelles. Lorsqu'à partir des années 2000, le Groupe s'implante plus fermement à l'étranger à travers la création de filiales, les échanges à distance se multiplient et le risque de malentendus apparaît soudain de façon plus prégnante. L'idée de formaliser la compréhension de l'autre s'impose alors progressivement. En effet, au même titre qu'une langue étrangère, les subtilités culturelles méritent de faire partie d'un socle de connaissances à acquérir.

En 2020, le Groupe Serge Ferrari intègre l'entreprise allemande Verseidag. « Les Allemands et les Français ont un mode de fonctionnement différent », constate Philippe Burnat. Afin que des incompréhensions mutuelles ne viennent pas émailler les échanges, il convient dès lors de mettre en forme un « mode d'emploi » destiné à décrypter et à expliquer les raisonnements, les réactions et les attitudes qui prévalent de chaque côté du Rhin. La réflexion aboutit à la conception d'un module spécifiquement conçu pour fluidifier la communication entre managers français et allemands et intégré aux enseignements de la Serge Ferrari Academy.

Le Groupe a fait appel à un consultant pour animer des webinaires de 50 minutes, l'un en allemand, l'autre en français, consultables ensuite sous forme de modules depuis la plateforme e-learning qui compte 450 inscrits dans le Groupe. Améliorer la communication entre Allemands et Français passe par la déconstruction des préjugés tels que « les français sont désinvoltes et en retard, les allemands psychorigides » et la compréhension mutuelle de l'histoire des deux pays.

La Serge Ferrari Academy envisage désormais de dupliquer le principe et d'en concevoir aussi pour les équipes basées en Asie et aux États-Unis.

*Interview de
Philippe
Burnat,
Responsable de
la Serge Ferrari
Academy*







**ENVIRONNEMENT
FRIENDLY CHOICES**

PILIER 2

**L'ENVIRONNEMENT
AU CŒUR DE
L'ENGAGEMENT
DU GROUPE**

La politique RSE du Groupe Serge Ferrari a toujours été proactive en matière d'environnement. C'est sur cet axe que le Groupe a commencé à déployer une RSE projetée, quantifiée, évaluable. Structurée autour de trois axes principaux, la stratégie environnementale du Groupe répond à une double logique de réduction de notre impact direct et de proposition de produits adaptés aux besoins exprimés comme la ville durable. Parallèlement, bien que pas directement concerné pour le moment, le Groupe suit avec une attention particulière les évolutions de proposition de taxonomie européenne sur les activités durable (voir note méthodologique partie 4).

STRATÉGIE ENVIRONNEMENTALE : EN SYNTHÈSE

Objectifs supérieurs et enjeux	Climat	Ressources	Biodiversité
Ambition du Groupe	Agir en faveur d'une diminution des émissions carbone du Groupe (Scopes 1, 2 et 3)	Réduire les pressions sur les ressources naturelles sur toute la chaîne de valeur	Maitriser l'impact des activités sur les écosystèmes vivants et veiller à les préserver
Réponse au marché	Participation à l'enjeu de ville durable et d'adaptation au changement climatique	Transition vers l'économie circulaire	Protection et valorisation des milieux naturels



*Zone de célébration - Toronto - Ontario - Canada
Hariri Pontarini Architects - ©Ben Rahn/A-Frame*



Décryptage avec

JEAN-YVES STÉPHAN, Directeur des Opérations

« Déployer les certifications 14 001 et 50 001 sur chaque site du périmètre industriel. »

C'est ce triptyque « éviter, réduire, compenser » qui structure notre approche globale et que nous allons décliner à l'ensemble de nos fonctions industrielles sur 3 périmètres significatifs : la consommation de ressources naturelles comme l'eau, la consommation d'énergie et la valorisation des déchets générés par notre activité.

Comment cela va-t-il se traduire concrètement ?

Concernant notre consommation d'eau, nous avons déjà engagé des investissements en matière d'équipement. Notre objectif à court terme sur le site de La-Tour-du-Pin, c'est de cesser le pompage dans la nappe phréatique. Dès 2022, il s'agit de réduire nos prélèvements de 75 % par rapport au niveau enregistré en 2018. En matière d'énergie, plusieurs actions sont en cours : nous travaillons à la récupération de la chaleur produite par nos unités de traitement des fumées pour alimenter le système de refroidissement d'eau ou substituer cette énergie à d'autres postes de consommation ; nous avons également engagé un sourcing en partenariat avec le consortium Voltalia pour orienter nos achats vers des énergies renouvelables. Nous projetons d'investir dans une ferme solaire pour utiliser ce type d'énergie verte. Au niveau des déchets, le site de La-Tour-du-Pin a initié depuis plusieurs années une démarche de valorisation qui est parfaite. Si pour l'heure on considère que la valorisation énergétique constitue une alternative à l'enfouissement, ce n'est pas la solution idéale car elle génère des émissions de CO₂. Notre ambition à terme est de valoriser ou de recycler 100 % de nos déchets selon des logiques plus vertueuses.

Vous avez évoqué le site de La-Tour-du-Pin. Qu'en est-il des autres unités industrielles du Groupe ?

En 2018, nous avons créé à La-Tour-du-Pin un Copil environnement qui réunit tous les trimestres des collaborateurs de la production, des opérations industrielles, de la maintenance, de l'entretien et du QHSE. Il assure une veille réglementaire mais il suit surtout des indicateurs environnementaux et l'avancement des plans d'actions mis en œuvre pour améliorer ces indicateurs dans le temps. Outre un rôle de coordination, il évalue l'efficacité des initiatives engagées et a vocation à fédérer les équipes autour d'objectifs partagés. Dès 2022, ce Copil environnement va être étendu aux autres unités industrielles du Groupe. Nous disposons désormais d'indicateurs consolidés qui nous permettent d'analyser

des périmètres d'activités comparables entre nos sites. On va pouvoir ainsi objectiver les données, repérer d'éventuelles surconsommations non corrélées à la typologie de production mais aussi identifier des bonnes pratiques transposables d'un site à un autre. Il s'agit d'apporter du support à chaque site car tout le monde sans exception doit œuvrer à la réduction de son empreinte environnementale. Il s'agit aussi de favoriser les synergies autour d'orientations communes en partageant des idées, des retours d'expérience et des bonnes pratiques.

Pouvez-vous nous donner un exemple ?

Sur l'activité tissage, nous avons transféré à La-Tour-du-Pin des réglages sur les métiers à tisser qui étaient en place à Krefeld. Ces machines consomment beaucoup d'air comprimé ou la production d'air comprimé est en soi très gourmande en énergie. En appliquant ces ajustements, nous sommes parvenus à diminuer la consommation d'air comprimé de 20 %. Les retombées sont immédiates et notables. En approfondissant cette logique, nous allons être en mesure de définir des standards au niveau du Groupe sur la base de nos indicateurs référents.

Comment concilier les aspirations environnementales du Groupe avec les impératifs économiques ?

L'équation n'est pas toujours facile à résoudre en fonction de la conjoncture mais elle repose sur une politique d'investissement solide sous-tendue par des convictions fortes. Quand on parle de réduction de la consommation d'eau ou d'optimisation énergétique, on est sur des projets qui nécessitent des engagements importants dans la durée. Pour l'installation de panneaux photovoltaïques sur le toit d'une usine, le temps de retour est de 8 à 10 ans, pour un changement de l'éclairage par des LED, il faut compter 7 à 8 ans. Ces deux exemples embrassent un périmètre circonscrit à l'activité industrielle. Pour des initiatives dont les retombées sont manifestes à plus large échelle, la capacité d'investissement s'accroît mécaniquement. À plus long terme, nous projetons de réduire l'empreinte environnementale liée aux transports de nos marchandises car nous vendons nos produits partout dans le monde. Le fait d'intégrer le scope 3 dans nos impacts environnementaux va nécessairement engager toutes les entités du Groupe : les achats, la supply chain, les forces de vente.

[1] Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat.

« Accompagner notre croissance dans le respect des limites planétaires »

Se développer en stabilisant son empreinte environnementale, telle est l'ambition que formule le Groupe Serge Ferrari à horizon 2025.

Quelle est la sensibilité du Groupe Serge Ferrari face à l'environnement ?

La préoccupation environnementale a toujours été très forte, y compris chez les opérateurs en production. Ce niveau d'imprégnation m'a d'ailleurs surpris à mon arrivée dans le Groupe en 2018. On a par exemple voulu introduire des sachets en plastiques pour éviter le nettoyage des fûts au white spirit mais les équipes concernées ont refusé car cela allait générer des déchets supplémentaires. C'est vraiment une composante majeure de l'ADN du Groupe qui se manifeste au quotidien dans notre leitmotiv : faire mieux avec moins.

Comment comptez-vous réduire l'impact environnemental sur les sites de production industrielle ?

Nous avons identifié 3 axes d'action et de progression majeurs :

- > mettre en œuvre des solutions qui éliminent directement toute empreinte carbone supplémentaire,
- > réduire un impact environnemental qui dans l'absolu ne peut pas être évité,
- > compenser notre impact lorsque c'est possible.

AXE 1

CLIMAT : ATTÉNUATION ET ADAPTATION AU CHANGEMENT CLIMATIQUE : L'ENJEU DU BILAN CARBONE

L'engagement du Groupe Serge Ferrari, au-delà de l'ancrage local, prend aussi sa source sur les structures implantées à l'international, permettant d'une part la perspective de diminution de nos propres émissions carbone sur la ressource naturelle, et d'autre part de permettre à nos partenaires de réduire également leur empreinte. Si le Groupe Serge Ferrari réalise un Bilan des Emissions des Gaz à Effet de Serre (BEGES) depuis 2014, ce dernier a décidé de se lancer dès 2022 dans le calcul

de l'ensemble des scopes du Bilan Carbone. Cette caractérisation permettra dès le milieu de cette même année de requestionner la stratégie du Groupe en matière d'impact de ses activités pour définir un plan d'action opérationnel « bas carbone », assorti d'indicateurs de performance suivis par chaque membre du Comex du Groupe pour son domaine d'activité. Ce nouveau plan d'actions concernera aussi bien les émissions internes que celles des parties prenantes.

PRINCIPAUX RISQUES IDENTIFIÉS	INDICATEURS CLÉS	FAITS MARQUANTS 2021	PETITS PAS 2022
Réglementaire Financier : taxonomie	Émission de gaz à effet de serre : Scope 1 et 2 : Groupe Bilan des émissions des gaz à effet de serre par m ² produit.	Formation en interne d'une personne agréé Licence d'Utilisation de l'Association Bilan Carbone (ABC) Publication BEGES sur la plateforme de l'ADEME Démarrage Scope 3	1/ Groupe : - Réalisation, suivi et pilotage du bilan carbone - Partage Best Practice 2/ Poursuite fresque du climat et animation de sensibilisation autour du bilan carbone 3/ Feuille de route bas carbone 4/ Mise en place d'une gouvernance Groupe environnement / carbone avec suivi des indicateurs et plans d'actions de réduction

FOCUS 1

CLIMAT : OBJECTIF : DÉFINIR LA TRAJECTOIRE CARBONE

Aboutir à un plan d'action chiffré et porté par l'ensemble des parties prenantes

En 2022, une fois le calcul du Scope 3 réalisé, le Groupe établira un plan d'actions spécifique qui aura pour ambition de préciser les objectifs de la stratégie 20-30, et de définir une ligne directrice claire, pour embarquer les parties prenantes (fournisseurs notamment), pour une collaboration renforcée en faveur de la diminution de l'empreinte écologique du Groupe (et plus globalement de la sobriété carbone).

FOCUS 2

CLIMAT : OBJECTIF : EMBARQUER LES ÉQUIPES

80 % des salariés formés à la fresque du climat en 2030

Alors que la température à l'échelle de la planète n'a augmenté que de +1,2°C (par rapport à l'ère pré-industrielle), les catastrophes naturelles se multiplient partout dans le monde.

Aujourd'hui, l'entreprise de par son axe sociétal et environnemental a un double intérêt à accompagner la prise de conscience de ce phénomène à tous les niveaux par les salariés :

- > Au titre citoyen : dans le cadre d'une approche individuelle vertueuse et pour devenir force de proposition (logique bottom-up).
- > Au titre salarié : compréhension du bilan carbone de l'entreprise, et sens à donner à travers les choix stratégiques décidés et mis en œuvre.

À travers l'outil pédagogique « la fresque du climat », l'entreprise a pu expérimenter au cours d'un atelier de 3 heures en septembre 2021, avec un panel hétérogène de salariés, l'acculturation à la démarche. Le Groupe a ainsi décidé de former progressivement ses propres ambassadeurs pour essayer les ateliers partout sur les sites du Groupe et prévoit un mois « Bilan Carbone » en janvier 2022 pour expliquer l'impact carbone du Groupe. L'objectif de cette double action est de trouver des pistes concrètes pour des actions à impact positif.

Fresque du climat Atelier





Stade Rostov – Russie – Yandex

AXE 2 RESSOURCES NATURELLES : RÉDUIRE LES CONSOMMATIONS

La réduction de l'impact environnemental de l'activité du Groupe sur la ressource naturelle (eau, énergie, déchets) est à l'œuvre selon différentes stratégies. L'objectif est d'alléger progressivement les pressions sur les ressources naturelles en amont et en aval des activités tout en sécurisant les capacités de production et de prospérité du Groupe. Pour cela, le Groupe dispose d'objectifs de réduction de ses impacts tout en tenant compte d'un périmètre opérationnel croissant.

PRÉVENTION DES RISQUES LIÉS À LA CONSOMMATION DE RESSOURCES AU SEIN DU GROUPE SERGE FERRARI

PRINCIPAUX RISQUES IDENTIFIÉS	INDICATEURS CLÉS	FAITS MARQUANTS 2021	PETITS PAS 2022
<ul style="list-style-type: none"> 1/ Pression sur les ressources 2/ Pénurie de matières premières non renouvelables 3/ Augmentation de l'impact environnemental des activités du Groupe 4/ Exigences du marché 	<ul style="list-style-type: none"> Consommation d'énergie par m² produit Utilisation d'eau par m² produit 	<ul style="list-style-type: none"> 1/ Signature d'un Corporate Power Purchase Agreement (CPPA) Energie couvrant 10 % de la consommation des sites Français 2/ Production électricité photovoltaïque en Allemagne 3/ Mise en place d'un tableau de bord par site et par activité sur les consommations par m² 	<ul style="list-style-type: none"> 1/ Mise en place d'une gouvernance Groupe environnement/carbone avec suivi des indicateurs et plans d'actions de réduction 2/ Poursuite des investissements en faveur du 0 stress hydrique sur La Tour du Pin 3/ Suivi des actions, animation et pédagogie autour du bilan carbone

FOCUS 1 RESSOURCES NATURELLES : OBJECTIF : PRÉSERVER LA RESSOURCE EN EAU

Réduire l'impact hydrique de 20 % (par rapport à 2018 : 30 l/m²)

L'impact hydrique du Groupe est mesuré grâce à un ratio de consommation d'eau par m² produit.

Conscient de l'enjeu de la ressource en eau, le Groupe a accéléré sa stratégie 20-24 pour

porter ses efforts sur les lieux géographiques où l'impact est majeur, soit sur les sites français à la Tour du Pin.

Le Groupe a lancé depuis 2020 des travaux pour passer en circuit fermé et diminuer ainsi sa dépendance sur la ressource en eau.

> En mars 2020 : la ligne de production PRE3 en France est passée en circuit fermé.

> Lancement de travaux en 2021 sur d'autres lignes pour répondre ainsi à l'objectif de réduction hydrique.

Il est à noter que cette préoccupation de préservation de la ressource en eau est partagée à l'échelle de l'ensemble du Groupe,

les sites Italiens et Allemands étant déjà en circuit fermé.

Par ailleurs, la réduction de notre impact hydrique permet aussi de répondre au risque d'interruption de production en cas d'extrême sécheresse. Cet exemple montre la prise en compte par le Groupe des risques liés aux ressources dans son approche investissement.

FOCUS 2 RESSOURCES NATURELLES : OBJECTIF : OPTIMISER LA PERFORMANCE ÉNERGÉTIQUE DE NOS SITES INDUSTRIELS

Ratio d'efficacité énergétique de moins de 20 % sur le périmètre industriel en 2024 (par rapport à 2018 : 2,09 KWh/m²)

L'énergie constitue un des piliers de la nouvelle stratégie RSE 22-30. En affichant un objectif de « + = 0 »[®], le Groupe souhaite, d'une part, impulser et suivre activement une double dynamique de réduction de sa consommation énergétique et, d'autre part, utiliser une énergie plus vertueuse, en s'appuyant sur de nouveaux modes de consommations.

> **Réduction de la consommation d'énergie** : la marge de progression des sites du Groupe Serge Ferrari est guidée par la certification (des sites français et allemands), et dont le renouvellement est assuré par les services QHSE, dans le cadre du système de Management Intégré (SMI).

> **Vers la transition énergétique** : au-delà de l'optimisation de sa consommation énergétique, le Groupe Serge Ferrari investit progressivement dans des énergies renouvelables pour participer à la société post carbone de demain. Pour cela, le Groupe prend en compte les spécificités territoriales, à savoir le potentiel local, mais aussi les différentes orientations de stratégies nationales.

Le Groupe Serge Ferrari investit dans l'énergie verte

Ce contrat d'électricité verte répond à la politique RSE du Groupe Serge Ferrari qui consiste à allier performance économique et croissance en veillant à une utilisation raisonnée des ressources naturelles.

Ce projet innovant a été initié en 2020 par la Banque LCL et Voltalia, une entreprise française fondée en 2005, productrice d'énergies renouvelables à l'échelle mondiale.

L'objectif était alors de permettre à des entreprises parmi les plus sensibles aux questions de transition énergétique de bénéficier de contrats à long terme, permettant un approvisionnement en électricité d'origine renouvelable, produite en France et à un prix garanti.

Un an plus tard, le Groupe Serge Ferrari a signé son premier Green CPPA (Corporate Power Purchase Agreement) avec le producteur d'énergie Voltalia et 9 autres entreprises du groupement dont Air France, Gerflor ou encore Bondulle.

Ce montage multi-acheteurs permet une économie d'échelle en mutualisant les besoins des entreprises en aboutissant à la construction, au cours de l'année 2022, d'une centrale photovoltaïque de 56 mégawatts.

Afin de limiter l'impact environnemental de ce projet, ce dernier est conçu pour ne pas immobiliser du foncier, mais plutôt pour permettre une double activité.

Ainsi, le projet vient se cumuler à une activité agricole en place et proposera des ombrières aux bovins.



Signature CPPA Décembre 2021



Interview de
Markus Simon,
Directeur Général de Verseidag

Une énergie partagée pour une société durable

Verseidag-Indutex GmbH mène de nombreuses initiatives en termes de développement durable afin de réduire sa consommation d'énergie. Ses pratiques vertueuses pourraient être transposables à d'autres sites du Groupe qui partagent des orientations communes en matière de développement durable.



Dispositif photovoltaïque : vers une plus grande autonomie

L'entreprise a investi plus d'un demi-million d'euros en mars 2020 dans un dispositif photovoltaïque pour ses usines à Krefeld en Allemagne. Au cours de l'année 2020, la production était proche de 600 000 kWh. 570 000 kWh (soit 9 % de la consommation totale du site de Krefeld) ont été utilisés par Verseidag dans le cadre du fonctionnement de ses propres usines. En d'autres termes, près de 96 % de l'électricité qu'elle a produite a été exploitée pour satisfaire ses propres besoins. Le dispositif photovoltaïque peut atteindre une production de 715 MWh.

Aujourd'hui, en comparaison avec la moyenne du mix énergétique allemand, les économies représentent 310 grammes de CO² par kWh (204 tonnes de CO² économisés). Le dispositif photovoltaïque est le deuxième dispositif le plus important installé au niveau de la ville de Krefeld. « Nous n'attendons pas les autres, nous faisons. Nous traduisons nos valeurs en actions », insiste Markus Simon.

Système d'éclairage LED : plus faible en termes de consommation énergétique, plus fort en matière d'efficacité

Verseidag a substitué son système d'éclairage conventionnel par un éclairage LED dans le cadre d'un programme d'une durée de 3 ans s'étalant de 2016 à 2018 impliquant 3 usines majeures dans la zone de Krefeld. La consommation énergétique en matière d'éclairage était particulièrement élevée (735 000 kWh) car les usines fonctionnaient de manière continue (24h/24). « Cela représente plus que ce que nous produisons par nos panneaux solaires », précise Markus Simon. Grâce à cette transition vers les LED, l'entreprise économise 514 000 kWh (les économies en termes de dioxyde de carbone sont proches de 70 % soit un équivalent de 170 tonnes de CO² économisées par an).

La nouvelle génération de compresseurs d'air : un élément important des systèmes d'énergie renouvelable propres

Pour faire fonctionner les machines, l'usage d'air comprimé est nécessaire. Verseidag a notamment besoin de cet air pour faire fonctionner ses métiers à tisser à jet d'air (la première étape du processus de fabrication) ainsi que dans l'usine d'enduction. En effet, "l'air comprimé est le carburant du métier

à tisser. Grâce à la transition des anciens systèmes d'air comprimé à une génération plus récente de compresseurs, l'entreprise économise dans l'usine d'enduction 32 % de l'énergie électrique (ce qui représente 115 tonnes de CO²). Auparavant la consommation de ces compresseurs s'élevait à 1,17 million kWh. Grâce à ce changement, la consommation représente désormais 800 000 kWh. Le Groupe Serge Ferrari s'est inspiré de cette expérience pour réduire les consommations d'air comprimé à la Tour du Pin.

Le désir d'avancer dans la même direction

Verseidag a l'ambition de continuer le chemin que l'entreprise a pris en matière de politique énergétique. Avec l'aide du Groupe Serge Ferrari, Verseidag souhaite continuer à ériger une compréhension commune à propos des économies d'énergie et du principe de substitution. « Verseidag et Serge Ferrari sont alignés sur cette politique et nous travaillons main dans la main afin d'atteindre les objectifs en matière de développement durable. ».

L'entreprise concentre ses efforts sur ce qu'elle peut RÉDUIRE, puis ÉVITER et finalement sur ce qu'elle est à même de COMPENSER. Le Groupe souhaite progressivement investir dans la modernisation des usines tout en travaillant sur les potentielles économies. Elles sont convaincues qu'elles se doivent de démontrer qu'elles sont engagées dans un processus de diminution de leur empreinte carbone.

FOCUS 3 RESSOURCES : OBJECTIF DÉCARBONER CERTAINES CONSOUMMATIONS

Si le Groupe Serge Ferrari portait jusqu'à présent une attention particulière sur le déploiement de ses projets IT et sur le volet de la mobilité professionnelle, le Groupe entre dans une nouvelle étape de son projet RSE en faisant le choix de définir des indicateurs de suivi sur la pollution numérique et l'éco-mobilité.

> **Le numérique** : avec 3,8 % des émissions de gaz à effet de serre (rapport ADEME, la face cachée du numérique, édition novembre 2019), soit plus que le transport aérien civil, la pollution numérique représente en 2021 un coût environnemental important et dont les annonces laissent penser qu'il devrait doubler d'ici 2025. Fidèle à son état d'esprit d'agir maintenant pour mieux construire demain, le Groupe Serge Ferrari a décidé de sortir de son angle mort la pollution

numérique pour en faire un axe à part entière dans sa politique RSE. L'essor du télétravail au sein du Groupe, la stratégie de croissance externe, sont autant d'actions qui contribuent à une augmentation importante de l'impact CO² de l'entreprise. C'est pourquoi, l'année 2022 visera à caractériser la responsabilité du Groupe et à définir une politique de sobriété numérique. De la politique d'achats pour privilégier du matériel plus performant d'un point de vue environnemental ou du reconditionnement à la mise en place d'actions de prise de conscience et d'animations collectives, le Groupe invitera chacun des salariés, partout dans le monde, à contribuer à un objectif global.



> **L'éco-mobilité** : le Groupe souhaite que la mobilité de demain puisse être plus économe en carbone. Si le Groupe est engagé depuis plusieurs années sur un plan de renouvellement des véhicules hybrides et électriques, il souhaite désormais prendre en compte davantage ces enjeux pour contribuer à de nouveaux usages et de nouveaux services. Ce projet passe par 2 actions majeures :

- La mobilité professionnelle : favoriser la mobilité douce et l'éco conduite. Pour cela différents projets sont en cours d'élaboration (réflexion sur une charte de la mobilité, achats de véhicules adaptés à l'usage, projet d'aménagements de modes doux en France entre les sites et autour des sites, mise à disposition de vélos électriques pour l'inter cité...)
- La mobilité domicile / travail : en proposant des alternatives aux salariés aux déplacements individuels en voiture.

Focus sur le mois mobilité : en France et en Allemagne.

Porté par les membres du CSE et du collectif de salariés EMERGENCE, les sites français ont organisé, en septembre, un mois sur le sujet de la mobilité. Pendant ce mois, les salariés ont été invités à venir au travail autrement, en privilégiant des modes de déplacements vertueux.

Dans la foulée de ce challenge, les salariés qui le souhaitaient ont été invités à un « café / débat » afin d'échanger sur les pistes d'amélioration « mobilité » au sein des sites français. 16 propositions ont été formulées et soumises au COPIL RSE dont 11 retenues pour une mise en œuvre 2022. Parmi celles-ci on peut mentionner la mise en place de Blablacar Daily (un système de covoiturage), le renforcement de la flotte de vélo électrique, l'installation de bornes électriques supplémentaires pour les voitures ou encore la définition de plan de circulation sur sites avec marquage au sol pour les mobilités douces.

Parallèlement à cette initiative Française, le site de Krefeld en Allemagne a participé au challenge « tous en selle » où l'objectif était de venir à vélo au travail.

Parking vélo Lingang - Shanghai - Serge Ferrari Shanghai® - QuanMu Architect



AXE 3 BIODIVERSITÉ : PROTÉGER LA BIODIVERSITÉ SUR LE TERRITOIRE D'IMPLANTATION DES SITES

Acteur économique des territoires, le Groupe Serge Ferrari est conscient de son impact sur la biodiversité de par ses installations et son activité.

C'est la raison pour laquelle, en tant qu'acteur responsable, le Groupe travaille en étroite collaboration avec les entités locales pour préserver la biodiversité des sites.

PRINCIPAUX RISQUES IDENTIFIÉS	INDICATEURS CLÉS	FAITS MARQUANTS 2021	PETITS PAS 2022
Dégradation des milieux : pollution de la ressource, pollution sonore et lumineuse...	ISO 14 001 (suivi des Aspects Environnementaux Significatifs (AES))	Poursuite du partenariat avec BeE	1/ Groupe : collecte des données pour définition d'un futur plan biodiversité à l'échelle du Groupe, définition et suivi d'indicateurs intégrés aux campagnes de reporting 2/ poursuite du déploiement de l'ISO 14 001 sur les sites du périmètre industriel.

FOCUS 1 BIODIVERSITÉ : OBJECTIF : PARTICIPER A L'EFFORT COLLECTIF EN FAVEUR DE LA PRÉSERVA- TION DE LA BIODIVERSITÉ

Le Groupe Serge Ferrari adhère depuis plusieurs années à l'association BeE réunissant des acteurs économiques autour d'un enjeu commun de préservation de la biodiversité autour de la rivière de la Bourbre.

Le financement d'opérations et d'entretiens des berges, des actions de sensibilisation ou encore le financement d'études permettent d'avoir des actions ciblées et évaluées. Dans ses objectifs 2022, le Groupe souhaite lancer un travail de recensement des démarches impulsées sur chaque site en faveur de la biodiversité. A terme, le Groupe envisage de se lancer dans un plan biodiversité pour capitaliser sur les démarches déjà engagées et structurer un objectif global fédérant l'ensemble des sites.

FOCUS 2 BIODIVERSITÉ : OBJECTIF : DIFFUSER LA CULTURE DU MANAGEMENT DES RISQUES ENVIRONNEMENTAUX A L'ÉCHELLE DU GROUPE ET DISPOSER D'UN SOCLE COMMUN DE GESTION DE L'ENVIRONNEMENT

Le management des risques environnementaux passe par une diffusion de la démarche auprès de l'ensemble des acteurs.

Cette culture d'évaluation des enjeux et des risques environnementaux doit permettre aux équipes opérationnelles et encadrantes d'être attentives à l'ensemble des environnements naturels et physiques (eau, air, sol...) en réduisant leurs impacts et en étant en permanence dans une recherche d'innovation pour améliorer les procédés et l'étude de matériaux vertueux.

Pour se faire, le Groupe déploie une organisation en mode projet au niveau de l'ensemble de ses services et départements. Toutefois, au regard de la croissance, une nouvelle gouvernance « COPIL Environnement » va être étendu à l'échelle du Groupe courant

2022 afin de diffuser sur les différents sites en France et à l'international des routines de management des risques environnementaux. Ces routines viseront à partager des bonnes pratiques en prenant en compte les spécificités, et l'autonomie des sites et des savoir-faire locaux ainsi que les normes nationales et internationales applicables. La culture du management passe donc par différents leviers que le Groupe met en œuvre progressivement :

- > Formation des managers et des équipes opérationnelles aux risques environnementaux
- > Sensibilisation des nouveaux embauchés sur la notion de risque
- > Objectifs Groupe partagés en COPIL environnement
- > Autonomie des sites pour être force de propositions d'actions qui intègrent les perspectives Groupe en fonction des spécificités locales et de l'approche métier.
- > Communication interne : affiches, chartes, formation...

Par ailleurs, le Groupe souhaite à terme que chaque site opérationnel soit certifié ISO 14 001 : management de l'environnement (en 2021 taux de couverture de 96%).



SUSTAINABLE
INNOVATION AT WORK

PILIER 3

L'INNOVATION DURABLE : DÉVELOPPER L'ÉCOCONCEPTION POUR PÉRENNISER LE MODÈLE ÉCONOMIQUE



Le projet Loop

L'expertise technique et technologique est au cœur de l'ADN du Groupe Serge Ferrari, à travers un moteur vital d'attractivité et de compétitivité issue de son innovation permanente. L'innovation durable, troisième pilier du plan stratégique, contribue à accélérer l'émergence et la mise en place sur les marchés de produits nouveaux à forte valeur ajoutée. Que ce soit par leur conception et / ou par leur usage, les produits du Groupe participent à accentuer la dynamique de transition écologique et l'efficacité énergétique.

À ce titre, le département Recherche et Développement accentue son objectif de trouver des solutions pérennes pour limiter sa dépendance aux matières premières

et son impact écologique (consommation de la matière primaire) en s'appuyant sur des ressources issues de l'économie circulaire (matière recyclée). Parallèlement, le département poursuit ses études comparatives et recherches pour présenter, via un discours de preuves, la virtuosité de nos nouveaux produits face à des techniques plus traditionnelles.

L'innovation durable, élément essentiel à une stratégie RSE, va s'illustrer autour de 2 enjeux principaux dans la stratégie 2022-2030 :

> **L'écoconception**

> **La valorisation des déchets**

L'engagement de Philippe ESPIARD, Directeur Général R&D, pour contribuer à bâtir un modèle économique durable montre la conviction profonde du Groupe en faveur d'une stratégie qui vise à concilier performance et écologie grâce à l'innovation.

« Améliorer encore la durabilité et la performance de nos produits toujours dans l'optique de faire mieux avec moins »

L'innovation durable constitue le socle historique de la démarche RSE du Groupe Serge Ferrari. Philippe Espiard, Directeur Général R&D, revient sur les fondements et les ambitions futures du Groupe dans ce domaine.

Qu'est-ce que l'innovation durable au sein du Groupe Serge Ferrari ?

L'innovation durable, c'est d'abord un élément majeur de l'ADN du Groupe. L'écoconception et le respect de l'environnement ont toujours été présents et se reflètent en premier lieu dans notre offre et notre portefeuille de produits. Le fil directeur commun à l'ensemble de nos gammes, c'est l'efficacité matière. Nous fabriquons des membranes composites souples dont le rapport poids/performance est optimum. C'est-à-dire que nos produits garantissent de hautes performances de résistance mécanique tout en étant légers. Par rapport à un procédé plus classique, nos solutions garantissent un niveau de performance équivalent ou supérieur en termes de durabilité tout en utilisant moins de matière.

Comment évaluez-vous la performance environnementale de vos solutions ?

Nous avons réalisé des analyses des impacts environnementaux de nos produits en établissant leurs analyses de cycle de vie (ACV), de la matière première jusqu'à leur fin de vie. Ces déclarations environnementales sont reconnues au niveau international dans leur version EPD (Environmental Product Déclaration) et au niveau français dans leur version FDES (Fiche de Déclaration environnementale et sanitaire). Elles sont conformes aux normes européennes et internationales EN 15804. Ces déclarations environnementales englobent un grand nombre de critères tels que l'impact sur le « réchauffement climatique », sur la « consommation d'énergie » ou sur la « couche d'ozone ». Ces déclarations permettent d'afficher une transparence concernant les impacts environnementaux de nos membranes. Elles permettent aux concepteurs de calculer à leur tour les impacts d'un produit fini ou d'un ouvrage intégrant nos membranes composites. Cela permet également en amont d'écoconcevoir un produit fini ou un ouvrage afin

de limiter son impact sur l'environnement. Nos membranes, qui cumulent les avantages de la légèreté et de la durabilité, contribuent à réduire significativement l'empreinte carbone du produit fini (store, structure) ou d'un élément de l'ouvrage (toiture, façade, plafond). Peuvent également s'ajouter des bénéfices environnementaux opérationnels dues aux économies de climatisation apportées par les protections solaires comme les stores intérieurs ou extérieurs. Enfin, nos fiches de données environnementales et sanitaires prennent en compte les notions de confort. La protection solaire apporte un meilleur confort visuel dû à la régulation des apports lumineux. Les toitures tendues permettent des apports de lumière naturelle favorisant le bien-être des occupants.

Quelle place accordez-vous à l'écoconception ?

L'écoconception est au cœur de notre approche que ce soit dans le choix des matières premières que l'on utilise ou dans les formulations que l'on met au point. Nous sommes également très vigilants à leur innocuité tant pour nos unités de fabrication que pour les clients finaux. C'est l'une des missions de notre comité vigi-alerte qui surveille les évolutions réglementaires et les confronte aux travaux que nous menons pour éliminer les produits sensibles, identifier les substances potentiellement sensibles à long terme et engager d'ores et déjà des études de substitution en prévision des évolutions potentielles des réglementations. Un gros travail est mené depuis des années sur nos vernis de finition de surface qui sont composés en partie de solvants organiques : nous avons retiré certains solvants de nos formulations et nous utilisons uniquement les plus « eco-friendly » parmi les classifications existantes. L'écoconception intègre aussi la fin de vie. Grâce à un procédé breveté en 1998, le Groupe a été l'un des premiers acteurs du marché à garantir le recyclage de ses membranes composites. Aujourd'hui, on franchit un cap supplémentaire en intégrant des matières premières recyclées au sein même de nos produits. À titre d'exemple, nous sommes en train de lancer sur le marché un produit dédié à la protection solaire composé à 100% de matières recyclées.

Quelles sont vos ambitions à horizon 2025 ?

Globalement, il s'agit de maintenir le cap et de le challenger. Autrement dit, améliorer encore la durabilité et les performances de nos produits (résistance mécanique, résistance au feu, vieillissement extérieur) toujours dans l'optique de faire mieux avec moins. Notre portefeuille de projets R&D



*Philippe Espiard,
Directeur Général R&D*

compte notamment des sujets exploratoires liées à l'écoconception. Nous allons également continuer de travailler sur des applications de niche à forte plus-value environnementale. Les EcoCages conçues pour les filières aquacoles et piscicoles apportent aux exploitants de nombreux avantages par rapport à des filets classiques : par exemple l'étanchéité qui évite le rejet des déjections des poissons dans la mer ainsi que le mélange des espèces sauvage et d'élevage, la limitation de la prolifération des maladies et du recours aux antibiotiques dans les élevages, la réduction de l'encrassement de l'EcoCage en ralentissant le développement d'algues dans le milieu.

L'intégration de matières recyclées au sein de nos produits demeure toutefois la priorité. Nous entendons transposer ce que nous avons réussi avec le produit Vertex à nos autres gammes. C'est une ambition marquée qui en soi nécessite énormément de recherche. Nous pouvons nous appuyer sur une équipe étoffée, avec le renfort de Verseidag qui nous a rejoint en 2020.

AXE 1 L'ÉCOCONCEPTION

La performance environnementale du Groupe Serge Ferrari s'exprime en premier lieu par l'efficacité matière.

Il s'agit de s'inscrire dans la nécessaire stratégie de découplage entre la croissance économique et l'extraction de ressources et de s'approprier les grands principes de l'économie circulaire qui interviennent aux trois grandes étapes de la chaîne de valeur :

- > Phase de production : approvisionnement durable, éco conception, fabrication
- > Phase de consommation et d'utilisation : application responsable, allongement de la durée de vie des produits, économie de fonctionnalité
- > Phase de fin de vie : recyclage et valorisation matière.

Enjeu 3 : adapter nos produits aux attentes du marché et proposer des réponses innovantes aux besoins exprimés ou à venir

Répondre aux nouveaux besoins en étant connectés au plus près de nos parties prenantes et développer des synergies et mutualisations pour enrichir et promouvoir les savoir faire du Groupe.

Enjeu 1 : réduire notre empreinte sur la chaîne de valeurs

Economiser l'usage des ressources, améliorer la performance de nos produits, optimiser la valorisation des déchets

Enjeu économie circulaire pour le Groupe Serge Ferrari

Enjeu 2 : concilier prospérité économique et écologie

Faire évoluer notre modèle d'affaire en développant d'avantage la notion de circularité dans toutes les dimensions du Groupe : Achats, approvisionnements, process, qualité, usages...

PRINCIPAUX RISQUES IDENTIFIÉS	INDICATEURS CLÉS	FAITS MARQUANTS 2021	PETITS PAS 2022
Attentes du marché Pénurie et dépendance concernant les matières premières	Émergence de nouveaux produits avec matière 100% recyclée – indicateur qualitatif. Nombre de brevets actifs Nombre de brevets déposés	Projet Loop* : voir ci après PET recyclé Suisse : voir ci après	Poursuivre les objectifs du Groupe sur la conception de produits avec une matière recyclée.

FOCUS 1 ÉCOCONCEPTION : CONCEVOIR DE MANIÈRE FRUGALE : ÉCOCONCEPTION ET ÉCONOMIE DE LA FONCTIONNALITÉ

La sécurisation et l'autonomie en matière d'approvisionnement ne peuvent être pérennes dans un contexte de consommation croissante en matière.

En tant qu'acteur économique responsable, le Groupe Serge Ferrari agit pour réduire significativement sa consommation de matières premières.

Dans l'utilisation de la matière, le rapport poids performance (moindre densité matérielle à performance comparable) est important. Grâce à la technologie Précontraint, qui offre un meilleur rapport poids / performance et une stabilité dimensionnelle dans le temps, le procédé permet d'être en phase avec le défi de raréfaction de ressources naturelles et ainsi, d'atteindre l'efficacité recherchée : faire plus avec moins.

Parallèlement, le Groupe Serge Ferrari participe à la création de produits dont l'usage, en lui-même, répond aux nouvelles fonctionnalités durables demandées par le consommateur.

Pour cela, le Groupe investit depuis de nombreuses années dans un budget R&D conséquent afin de porter des études comparatives qui visent à croiser les technologies, les produits dans leur conception mais aussi dans leur usage. L'objectif est d'éclairer le client dans son choix de « consommation » en mesurant l'intégralité des impacts.

Ces réflexions globales qui incluent l'approche matière, l'usage du produit et la fin de vie de ce dernier, constituent de véritables opportunités de développement du modèle d'affaires de l'entreprise.

FOCUS 2 ÉCOCONCEPTION : UTILISER DES RESSOURCES RECYCLÉES OU AGRO SOURCÉES

Le Groupe investit depuis plusieurs années, dans une logique de subsidiarité, où la matière primaire est remplacée par tout ou partie de la matière recyclée.

Le Groupe avance en ce sens avec deux stratégies complémentaires :

> **Une approche matière :** nous disposerons à terme de fil PET haute ténacité 100 % recyclé. Ces fils haute ténacité 100 % recyclés seront intégrés au tissage pour la fabrication de nos produits dès 2022.

> **Une approche produit :** développer des produits intégrant 100 % de matière recyclée ou agro sourcée.

Le projet Loop, produit d'avant-garde intégrant 100% de matières recyclées

Avec l'ambition d'introduire des matières recyclées dans sa technologie innovante, le Groupe Serge Ferrari a développé un matériau ingénieux composé à 100 % de matières recyclées. Le premier produit fabriqué à l'aide de cette technologie, baptisée Projet Loop, sera commercialisé en 2022 comme la toute première membrane composite combinant à la fois du fil polyester et du polymère 100 % recyclés. En termes d'application, le tout premier produit sera dédié au marché de la protection solaire, sous toutes ses formes. Les produits de la gamme Vertex contribueront à une baisse significative de l'impact environnemental d'un bâtiment, et donc à l'obtention des différentes certifications telles que l'ACV, LEED, HQE ou encore BREEM. Les équipes du Groupe Serge Ferrari ont effectué un travail important afin de s'assurer que toute la chaîne de valeur soit certifiée et de garantir la qualité du polymère et du polyester recyclé, tous deux produits en Allemagne. Grâce à cette technologie hors du commun et certifiée C2C et Greenguard, le Groupe Serge Ferrari espère renouveler les standards du marché afin de l'aiguiller vers un développement plus durable. Sur le long terme, les équipes espèrent élargir leur capacité à fabriquer des matières recyclées, tels que le fil, tout en développant l'intégration de leurs propres flux de déchets dans ce processus.

FOCUS 3 ÉCOCONCEPTION : PROPOSER UNE SOLUTION DE RECYCLAGE POUR LES PRODUITS EN FIN DE VIE

La recyclabilité : acteur pionnier du recyclage via l'unité industrielle Txyloop, le Groupe Serge Ferrari s'investit dans la nouvelle génération industrielle adaptée au contexte des utilisateurs en soutenant activement Polyloop. Cette start up développe une solution permettant de régénérer des PVC composites à une échelle correspondant aux contraintes de souplesse et de proximité géographique des industriels. Les unités de recyclage de la taille d'un container ont vocation à être installées durablement et progressivement sur les sites de production. La mise en œuvre d'un prototype sur le site de la Tour du Pin est programmée courant 2023. Nous encourageons ainsi une évolution majeure du recyclage selon une logique de Smart Factory passant de l'industrie centralisée lourde vers un équipement modulaire intégré léger.

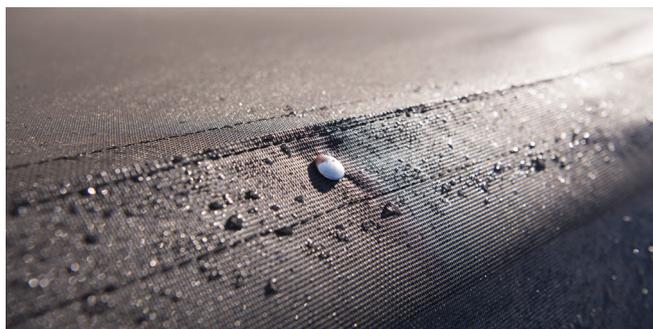


Gardens by the bay – Singapour - Wilkinson
Eyre Architects - ©Rory Daniel

AXE 2 RÉUTILISATION ET VALORISATION MATIÈRE

Acteur économique engagé, le Groupe Serge Ferrari cherche des alternatives pérennes et innovantes grâce à une démarche systémique et de veille permanente sur la réutilisation et la valorisation des matières.

PRINCIPAUX RISQUES IDENTIFIÉS	INDICATEURS CLÉS	FAITS MARQUANTS 2021	PETITS PAS 2022
<p>Marché : attentes et exigences nouvelles sur la fin de vie des produits</p> <p>Financier : Augmentation de la TGAP</p> <p>Concurrence</p>	<p>Taux de valorisation des déchets non dangereux en %</p> <p>Tonnage des déchets dangereux par m² produit (Gr DD / m²)</p> <p>Tonnage des déchets non spéciaux par m² produit (Gr DND / m²)</p> <p>Nombre de brevets actifs</p> <p>Nombre de brevets déposés</p> <p>Mécénat</p>	<p>Partage de meilleurs pratiques entre sites</p> <p>Prospection de nouveaux partenaires</p> <p>Partenariat avec plusieurs écoles</p>	<p>Groupe : poursuite des efforts collectifs et partages de bonnes pratiques.</p> <p>Travail sur la valorisation de la lisière</p>



FOCUS 1 MATIÈRE : EN 2024 : 0 TONNES DE DÉCHETS ENFOUIS

En amont de toute action, le Groupe Serge Ferrari promeut une attention particulière quant à l'efficacité matière. L'objectif fixé est de déterminer le taux de chute des différents ateliers, de comparer les résultats et de projeter une stratégie globale Groupe. Parallèlement, et dans le cadre de sa politique de traitement des déchets, le Groupe Serge Ferrari continue d'exploiter les filières de valorisation possibles grâce à une stratégie offensive de recherche de solutions. L'objectif du Groupe est de s'employer à réduire au strict minimum l'élimination du reliquat des déchets finaux.

FOCUS 2 MATIÈRE : ENCOURAGER LES ALTERNATIVES : L'EXEMPLE DE L'UPCYCLING

Le Groupe Serge Ferrari s'inscrit dans une logique d'upcycling avec pour enjeu de trouver des solutions permettant de donner une seconde vie à ses chutes.

En 2021, le Groupe a démarré une nouvelle aventure, aux côtés de Lafuma Mobilier, en s'associant à un concours organisé entre Intramuros, magazine français dédié à l'architecture d'intérieur et au design et l'école parisienne Camondo, qui forme des architectes d'intérieur-designers.

Ce concours donne l'opportunité à des étudiants de travailler en collaboration avec des entreprises, sur une application concrète des idées et des concepts développés dans le cadre de leur mémoire de fin d'études.

Léna Micheli, jeune designeuse et architecte d'intérieur, a été retenue par le Groupe pour travailler sur le sujet de l'upcycling et imaginer un nouveau produit à partir des déchets et rebus engendrés par les différents procédés industriels.

Après de premières investigations, quatre pistes de revalorisation de nos déchets se distinguent :

- > Les doubliers, c'est-à-dire les restes de matières perdues à Batyline entre deux productions.
- > Les chutes de débanquage, qui correspondent aux fins de bobine et aux lisières avant le processus de thermofixation,
- > Les chutes d'échantillons, les chutes de la R&D et les anciennes collections, assemblées par couture ou par soudure pour en faire des plaques décoratives,
- > Les lisières batyline thermofixées : soudées ou tressées ensemble en vue de créer des panneaux séparateurs par exemple.

Léna expérimente encore formes et techniques pour parvenir à créer un produit fini stable et reproductible à plus grande échelle. À terme, cette logique pourrait être intégrée de façon systématique à toute la chaîne de fabrication, créant ainsi une nouvelle valeur pour nos matériaux de production initialement perdus.

FOCUS 3 MATIÈRE : ENCOURAGER DES ACTIONS QUI FONT SENS SUR LE TERRITOIRE

En répondant à sa responsabilité sociétale de limiter l'impact de son activité, l'entreprise cherche à nouer des relations actives avec les parties prenantes et notamment les écoles pour challenger ses produits et ses process. Ce regard croisé permet de donner de nouvelles perspectives en termes d'applications potentielles et d'upcycling.

« En tant que fabricants de matériaux, le design est au cœur de nos préoccupations. La matière et la couleur créent un vocabulaire pour l'intention créative du designer, et notre mission est de l'aider à devenir réalité. Le développement d'une relation privilégiée avec la communauté du design contribue non seulement à la croissance de l'activité, mais aussi à la diffusion de messages importants tels qu'une utilisation plus responsable des matériaux, une approche globale du cycle de vie des produits et une participation à la création d'une industrie du meuble plus responsable ».

Le Groupe Serge Ferrari a signé un partenariat avec l'École Supérieure de Design et Métier d'Auvergne (ESDMAA) qui forme les futurs experts du design de produit.

Notre Groupe invite des étudiants de Master 1 à réfléchir à la notion d'upcycling afin de créer de nouveaux concepts textiles pour des assises de mobilier à partir de matériaux de second choix. Ces assises seront ensuite montées sur des structures métalliques de Lafuma, elles aussi de second choix, puis exposées à la Biennale internationale du Design de Saint-Étienne au printemps prochain.



Partie 4

Annexes

MÉTHODOLOGIE DE REPORTING

LA MÉTHODE D'ÉLABORATION DU MODÈLE D'AFFAIRES

Le modèle d'affaires met en évidence la manière dont le Groupe Serge Ferrari crée de la valeur et la préserve à long terme grâce à ses activités et offres de service. Il reflète la vision stratégique du Groupe.

Sa formalisation est le résultat d'un travail commun, au niveau du Groupe, notamment entre les directions suivantes : la Direction Générale, la Direction Financière, la Direction QHSE et la RSE.

ORGANISATION ET MÉTHODE DU REPORTING

Pour cette édition 2021, les informations nécessaires à la rédaction de la déclaration de performance extra financière ont été collectées auprès de différentes Directions (Ressources Humaines, QHSE, Achats, Finances, etc...) et auprès des filiales. Les données fournies par les différents contributeurs ont ensuite été consolidées au niveau du Groupe.

Les données qualitatives ont quant à elles été collectées par l'intermédiaire d'entretiens dédiés avec des interlocuteurs internes et externes au Groupe et vérifiées en interne par les différentes Directions impliquées dans le reporting.

Le Président du directoire, Sébastien BARIL, est désigné responsable du reporting extra financier au niveau du Groupe. Par ailleurs, la construction du rapport a été validée par les COPIL RSE et travaillée à chacune des étapes de son élaboration par les membres du comité stratégique en portage direct de la RSE dans leurs activités quotidiennes.

PÉRIMÈTRE ET PÉRIODE DU REPORTING

Le reporting extra financier du Groupe Serge Ferrari au titre de l'exercice clos au 31 décembre 2021 porte sur deux périmètres distincts :

> **Le périmètre industriel** regroupant les entités suivantes : Serge Ferrari SAS, Serge Ferrari AG, CI2M SAS, Serge Ferrari Tersuisse, Plastitex (y compris Istratextum), Verseidag-Indutex GmbH. S'agissant du rapprochement avec FIT (Taiwan), sur cette année le reporting n'intégrera pas cette entité. Malgré la prise de participation majoritaire, la contrainte COVID a empêché d'organiser tout déplacement au sein de ce site (fermeture des frontières). Ce n'est que depuis le mois de décembre que l'entreprise a pu mandater un collaborateur pour démarrer un travail de synergie et de connaissances plus fines. L'intégration de ces données constitue toutefois un enjeu important pour le Groupe.

> **Le périmètre vente et distribution** couvrant les entités suivantes : Serge Ferrari North America, Serge Ferrari Asia Pacific, Serge Ferrari Japan, Serge Ferrari Latino America, Serge Ferrari Brasil, Serge Ferrari India Limited, Serge Ferrari Shanghai, Serge Ferrari GmbH, Serge Ferrari AB, Serge Ferrari Textil, Ferramat Textil, Giofex Group Sarl.

Ces entités sont toutes intégrées globalement dans le reporting extra financier.

PERTINENCE DES INDICATEURS RETENUS

Le choix des indicateurs pertinents a été mené par les membres du COPIL RSE de manière transversale afin d'intégrer une dimension globale : Direction Générale, Direction des Ressources Humaines, Direction Production, QHSE et RSE.

La pertinence des indicateurs retenus s'apprécie au regard des impacts sociaux, environnementaux et sociétaux de l'activité des sociétés du Groupe et des risques associés aux enjeux des métiers exercés. En effet, l'analyse des risques menée permet de dégager des macro risques pour lesquels des engagements ont été ou seront pris, et de déterminer des indicateurs clés de performance qui permettront de suivre l'efficacité des actions entreprises.

PRÉCISIONS MÉTHODOLOGIQUES

Les consommations d'énergie prennent en compte l'énergie utilisée pour le chauffage des bâtiments et les processus de production sur le périmètre industriel du Groupe.

Les consommations d'eau prennent en compte les usages et refroidissements. Elles sont comptabilisées selon les critères recommandés dans le cadre des analyses de cycle de vie ISO 140 40.44.

Tous les relevés d'énergie et d'eau du périmètre industriel sont réalisés avec la même méthode, relevés physiques sur des compteurs ou enregistrement des factures définissant la période de consommation. Les énergies et fluides des sociétés à très faible consommation n'ont pas été pris en compte sur le périmètre vente et distribution (filiales commerciales). La majorité des sites étant sous système de management ISO 50 001, ces relevés sont audités annuellement.

Les émissions de CO² correspondent à la consommation d'énergie liée aux process et à l'oxydation thermique des solvants intervenants dans le traitement des fumées des matériaux composites souples. En effet, les contraintes techniques ne permettent pas à ce jour d'obtenir toutes les données du bilan carbone. Le bilan des émissions des gaz à effet de serre (BEGES) couvre donc le périmètre industriel, et présente donc les résultats du Scope 1 et 2 (hors véhicules de fonction). Les déchets dangereux et non dangereux correspondent aux volumes collectés sur les sites de production (périmètre industriel).

Concernant les effectifs, les salariés français relèvent du droit social français, et inversement pour les collaborateurs étrangers. Les effectifs sont comptabilisés au 31 décembre 2020. Ils comprennent des CDD, CDI, contrat de professionnalisation et d'apprentissage et portage salarial.

Le taux d'absentéisme est calculé par division du nombre de jours perdus de l'ensemble des collaborateurs du périmètre Industriel, par l'effectif moyen de l'année, le tout divisé par le nombre de jours ouvrés de l'année. Les accidents de travail correspondent aux accidents de service survenus en 2020, à l'exclusion des rechutes.

Les différents taux sont calculés comme suit* :

TF1 = Nb d'accidents avec arrêt x 1 000 000 / par les heures travaillées. TF2 = Nb d'accidents avec et sans arrêt x 1 000 000 / par les heures travaillées.

TG = Nb de jours ouvrés perdus pour AT x 1000 / par les heures travaillées.

*Nous ne prenons pas en compte le traitement des absences de longue durée et des rechutes lors de nos calculs de taux.

L'équivalent temps plein ETP ou FTE en anglais (Full Time Equivalent) est une unité de mesure correspondant à la charge de travail pour une activité dans la période définie. Dans notre cas, il s'agit de calculer la présence en heures de l'effectif, proportionnellement à la durée d'activité pour l'année calendaire. Une personne présente sur 8 heures pour une activité de 8h donnera l'équivalent de 1 ETP. Une personne présente sur 4 heures pour une activité de 8 heures donnera l'équivalent de 0,5 ETP. Pour la DPEF de Serge Ferrari Group, nous appliquons la règle de l'ETPT = Equivalent Temps Plein Travaillé sur l'année, prenant en compte la présence calendaire.

Règle de calcul : Personne Physique x Quotité de travail¹ x période d'activité sur l'année².

¹ Quotité de travail = temps de travail, temps plein ou temps complet légal du pays. Prorata si temps partiel.

² Période d'activité sur l'année = Valeur 1 si présence complète. Prorata si entrée / sortie de période avec un minimum de 15 jours calendaires par mois, si non = 0. Au-delà de 90 jours, les salariés en arrêt de travail continu ne sont plus pris en compte dans le calcul des ETPT.

EXCLUSIONS

Au vu de son activité, le Group n'est pas directement concerné par les enjeux liés à la lutte contre le gaspillage alimentaire et à la lutte contre la précarité alimentaire, au respect du bien-être animal et d'une alimentation responsable, équitable et durable. Ces éléments n'ont donc pas été traités dans la déclaration de performance extra financière.

Parallèlement, et bien que le groupe porte une attention particulière à la Taxonomie européenne des activités durables, les activités économiques du groupe ne sont pour le moment pas directement concernées par les catégories réglementées. Le chapitre Taxinomie est repris dans le Document Universel d'Enregistrement, chapitre 5 « Rapport de gestion ».

DÉMARCHE DE VÉRIFICATION EXTERNE

Les informations sociales, environnementales et sociétales publiées dans cette déclaration de performance extra financière, ont fait l'objet de travaux de vérification par un Organisme Tiers Indépendant, afin d'émettre un avis sur :

- > La conformité de la Déclaration aux dispositions prévues à l'article R. 225-105 du code de commerce ;
- > La sincérité des informations fournies en application du 3° du I et du II de l'article R.225 105 du code de commerce, à savoir les résultats des politiques incluant des indicateurs clés de performance et les actions relatifs aux principaux risques.

La nature des travaux réalisés et les conclusions sont présentés au paragraphe « Rapport de l'Organisme Tiers Indépendant » sur la déclaration de performance extra-financière.



PERIMÈTRE DU REPORTING



Périmètre industriel (>95% des activités du Groupe)

Raison sociale	Adresse
Serge Ferrari SAS	La Tour du Pin (France)
Verseidag-Indutex Gmbh	Krefeld (Allemagne)
CI2M SAS	La Tour du Pin (France)
Serge Ferrari AG	Eglisau (Suisse)
Serge Ferrari Tersuisse (Ex Ferfil Multifils)	Emmenbrücke (Suisse)
Plastitex / Istratextum	Carmignano di Brenta (Italie)

Périmètre Vente et Distribution (>95% des activités du Groupe)

Raison sociale	Adresse
Serge Ferrari North America	Pompano beach (USA)
Serge Ferrari Asia Pacific	Hong Kong (HK)
Serge Ferrari Japan	Kamakura (Japon)
Serge Ferrari America	Santiago (Chili)
Serge Ferrari Brasil	Sao Paulo (Brésil)
Serge Ferrari AG	Eglisau (Suisse)
Serge Ferrari India Limited	Delhi (Inde)
Serge Ferrari Shanghai	Shanghai (Chine)
Serge Ferrari Gmbh	Berlin (Allemagne)
Serge Ferrari AB	Veddige (Suède)
Serge Ferrari Tekstil	Istanbul (Turquie)
Ferramat Tekstil	Istanbul (Turquie)
Giofex Group Srl	Milan (Italie)

SUIVI DES INDICATEURS QUANTITATIFS

Indicateurs	Hors Verseidag-Indutex GmbH		Avec Verseidag-Indutex GmbH		Référentiel structurant ISO 26000	Commentaires	Objectifs à horizon 2024	Référentiel de partage ODD
	2020	2021	2020	2021				
ENJEUX SOCIAUX								
Attractivité								
Nombre de collaborateurs total au 31 décembre de l'année	839	846	1074	1073	Emploi et relations employeur-employé			8.1 Croissance du PIB 8.5 Plein emploi et travail récent
Rémunération Masse Salariale en k€	56183	59952	61060	73356		En 2020 Verseidag a été intégré dans les comptes qu'à partir de août 2020		
Nombre de collaborateurs total au 31 décembre de l'année sur le périmètre industriel	678	663	835	890		Périmètre industriel		
Effectif total en fin d'exercice en ETP	836,50	823,74	1066,25	1042,50		(y compris CDD, intérim, etc.)		
Effectif permanent en fin d'exercice en ETP	758,70	759,96	972,06	961,70		Hors effet de variation de périmètre		
Effectif non permanent en fin d'exercice en ETP	77,84	63,78	94,21	80,87		CDD, interim, apprentis, etc.		
Effectif moyen	852,28	887,16	1090,11	1124,50				
Effectif moyen périmètre industriel en ETP	671,04	698,72	900,78	940,66		Y compris CDD, intérim, etc.		
Nombre de recrutements de salariés permanents en ETP	21	32,86	22,65	34,00		Hors acquisitions		
Nombre d'embauches en CDI	30	61	32	65				
Budget global consacré à la formation (en € HT)	450018€	581286€	461244€	592881€	Développement des ressources			4.3 Formation professionnelle
Taux de contribution à la formation	0,8	0,97	0,76	0,81		Budget formation / masse salariale		
Nombre total d'heures de formations (SF Academy incluse)	7108	8810	7309	9202		Hors intégration des nouveaux collaborateurs et hors clients externes		
Part des collaborateurs formés (toutes formations confondues) (en %)	54	59	45	46				
Nombre moyen d'heures de formation par salarié	8	9,93	6,70	8,18		Nombre d'heures de formation/ effectif moyen total		
Moyenne d'heures de formation par salarié formé	19,58	22,65	19,60	22,44				

Indicateurs	Hors Verseidag-Indutex GmbH		Avec Verseidag-Indutex GmbH		Référentiel structurant ISO 26000	Commentaires	Objectifs à horizon 2024	Référentiel de partage ODD
	2020	2021	2020	2021				
ENJEUX SOCIAUX								
Attractivité								
Nombres d'heures de formations dispensées par SF Academy pour la connaissance produits et les techniques métiers	475	242	475	281	Développement des ressources	Ces formations s'adressent au personnel de l'entreprise, production et commercial		.3 Formation professionnelle
Engagement								
Ancienneté moyenne	10,99	10,67	ND	11,38	Emploi et relations employeur-employé			
Turn over de sortie hors CDD (en %)	7,87	10,70	7,18	9,48		Le calcul prend en compte les salariés permanents	Réduire le turn over à 5%	
Nombre de départs de salariés permanents en ETP	34,23	55,53	45,23	61,82		Hors effet de variation de périmètre		
Parts des collaborateurs en CDI (en %)	92,25	93,14	92,27	93,20			Pérenniser l'emploi	
Parts des collaborateurs en CDD y compris alternants (en %)	7,75	6,86	7,73	6,80			Prioriser la pré-embauche (dont alternants)	4.4 Compétences et accès à l'emploi
Nombre d'heures dispensées par SF Academy pour l'intégration des nouveaux collaborateurs	355,5	250	355,5	284,5			S'assurer que 100 % des nouveaux salariés participent aux sessions d'intégration	4.3 Formation professionnelle 10.2 Autonomisation et intégration
Diversité								
Part des hommes sur effectif total (en %)	73,42	72,93	74,58	74,28	Emploi et relations employeur-employé			4.5 Egalité des chances
Part des femmes sur effectif total (en %)	26,58	27,07	25,42	25,72			Augmenter le nombre de femmes recrutées: 30% de femmes en 2030	
Répartition par tranche d'âge								
< 30 ans	10,85	12,29	11,27	11,46	Emploi et relations employeur-employé			4.4 Compétences et accès à l'emploi
de 30 à 39 ans	24,91	23,64	22,35	21,34				
de 40 à 49 ans	31,23	31,56	29,14	29,73				
> 49 ans	33,02	32,51	37,24	37,47				
Age moyen de l'effectif	44	44,06	ND	45,05				
Part de l'effectif total situé dans le pays du siège social	53,75	54,96	41,99	41,94				4.5 Egalité des chances
Part de l'effectif permanent situé dans le pays du siège social	54,52	51,77	42,58	53,68				

Indicateurs	Hors Verseidag-Indutex GmbH		Avec Verseidag-Indutex GmbH		Référentiel structurant ISO 26000	Commentaires	Objectifs à horizon 2024	Référentiel de partage ODD
	2020	2021	2020	2021				
ENJEUX SOCIAUX								
Diversité								
Nombre d'hommes embauchés CDI	23	44	25	48	Emploi et relations employeur-employé			4.5 Egalité des chances 5.1 Lutte contre les discriminations
Nombre de femmes embauchées CDI	7	17	7	17				
Part des travailleurs en situation de handicap (en %)	2,23	3,04	2,23	3,04		Périmètre France	Tendre à 6%	
Santé, Bien-être								
Taux d'absentéisme (maladie et AT)	3,76	ND	4,31	2,87	Santé et Sécurité au travail	Périmètre Industriel	Réduire le taux d'absentéisme à 2,5 %	3.4 promotion santé mentale et bien-être
Part des salariés travaillant à temps partiel (en %)	5,36	3,31	5,68	3,08	Emploi et relations employeur-employé		Favoriser l'accès au temps partiel	
Sécurité								
Taux de fréquence des accidents (TF1)	16,82	17,83	ND	12,93	Santé et Sécurité au travail	Périmètre industriel. Calcul obtenu suivant les normes reconnues par la CARSAT. (Nombre d'accidents avec arrêt X 1 000 000 / Nombre d'heures travaillées) TF1 (Nombre d'accidents avec et sans arrêt X 1 000 000 / Nombre d'heures travaillées) TF2	Réduire d'ici à 2024 le TF1 de 50 % par rapport à 2018 (TF1 = 19,07%)	8.8 Droits et Sécurité au travail
Taux de fréquence des accidents (TF2)	22,08	27,22	ND	19,73				
Taux de gravité des accidents (TG)	0,22	0,33	ND	0,24				
Taux de fréquence des accidents chez les travailleurs intérimaires (TF1)	0	55,79	ND	38,77				
Taux de fréquence des accidents chez les travailleurs intérimaires (TF2)	0	55,79	ND	38,77				
Taux de gravité des accidents (TG) chez les travailleurs intérimaires	0	0,25	ND	0,17				
Nombre de Maladie Professionnelle	0	0	0	0	L'entreprise ne recense pas à ce jour de maladie professionnelle			
Part des collaborateurs formés en Santé - Sécurité (en %)	31	47	26	37	Santé et Sécurité au travail	Périmètre Industriel	50% des collaborateurs formés en santé sécurité	4.3 Formation professionnelle 8.8 Droits et Sécurité au travail
Montant des dépenses engagées pour les formations Santé - Sécurité	183573	191037	189903	191789				

Indicateurs	Hors Verseidag-Indutex GmbH		Avec Verseidag-Indutex GmbH		Référentiel structurant ISO 26000	Commentaires	Objectifs à horizon 2024	Référentiel de partage ODD
	2020	2021	2020	2021				
ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX								
Réduction de l'impact environnemental								
Consommation d'eau par m ² produit (L / m ²)	25,23	22,23	18,77	16,53	Utilisation durable des ressources	Les données intègrent la consommation en eau de notre périmètre industriel.	Diminuer de 20 % le ratio litre / m ² de produit fini par rapport à 2018 (28 L/m ²)	12.2 Gestion durable des ressources naturelles 6.4 Gestion durable des ressources en eau 9.4 Modernisation et durabilité des filières industrielles
Consommation d'énergie par m ² produit (kWh/m ²)	2,37	2,34	2,54	2,54		Les données intègrent les consommations des ressources énergétiques (électricité, gaz, fuel, gazole) de notre périmètre industriel.	Optimiser le ratio d'efficacité énergétique de 20 % par rapport à 2018 (2,30 kWh/m ²)	7.3 Efficacité énergétique 9.4 Modernisation et durabilité des filières industrielles
Consommation d'énergie renouvelable produite (Krefeld) ou achetée (France et Italie) (en KWh)	1342439	3029581	1910430	3701186	Atténuation des changements climatiques et adaptation	Le Groupe a bénéficié de l'augmentation de la part d'énergie renouvelable des fournisseur notamment en France		7.2 Energies renouvelables
Bilan matière (matières premières consommées en Gr par m ² produit)	643	921	ND	1021	Utilisation durable des ressources	Le bilan matière en 2020 était basé sur la quantité achetée et non consommée		12. 2 Gestion durable des ressources naturelles
Bilan des émissions des gaz à effet de serre - Scope 1 (t.eq CO2)	11314	12886	17555	20197	Atténuation des changements climatiques et adaptation	Nous établissons un bilan d'émission de gaz à effet de serre (BEGES) à l'échelle du Groupe depuis 2015. Scope 1 : combustion, procédés hors énergies (solvants) et émissions fugitives		7.3 Efficacité énergétique 13.1 Mesures de lutte contre le changement climatique - Résilience et adaptation
Bilan des émissions des gaz à effet de serre - Scope 2 (t.eq CO2)	1522	1931	5490	5827		Scope 2 : électricité		
Bilan des émissions des gaz à effet de serre (Scope 1 + 2) par m ² produit (gr eq. CO2 /m ²)	494	455	653	616				
Recyclabilité								
Taux de valorisation des déchets dangereux (en %)	83	87	87	90	Utilisation durable des ressources	Périmètre industriel	0 tonne de déchets enfouis d'ici à 2024	12.5 Réduction des déchets
Taux de valorisation des déchets non dangereux (en %)	66	66	69	74				
Tonnage des déchets spéciaux par m ² produit (gr DD / m ²)	24	26	25	27				
Tonnage des déchets non dangereux par m ² produit (gr DND / m ²)	123	114	117	108				

Indicateurs	Hors Verseidag-Indutex GmbH		Avec Verseidag-Indutex GmbH		Référentiel structurant ISO 26000	Commentaires	Objectifs à horizon 2024	Référentiel de partage ODD
	2020	2021	2020	2021				
ENJEUX SOCIÉTAUX								
Investir des marchés à vocation sociétale								
Part du CA total consacrée à l'innovation (en %)	3,37	3,01	4,11	2,83	Déploiement de la responsabilité sociétale	Le pourcentage est calculé en considérant l'ensemble du périmètre industriel		9.5 Innovation R&D
Nombre de brevets actifs	33	34	33	34	Développement des technologies			
Nombre de brevets déposés	4	2	4	2				
Nombre d'heures de formations externes dispensées par SF Academy pour nos clients et prestataires	51	237	51	237	Développement des technologies et accès à la technologie	Ces formations s'adressent à nos parties prenantes externes		12.8 Formation et information environnementales
Pourcentage en volume des CMR utilisés dans la production	12	11,6	ND	11,6	Protection de la santé et de la sécurité des consommateurs	Hors Krefeld et Plastitex qui seront intégrées en 2022. Ces substances sont classées CMR1B et CMR 2. Nos produits ne contiennent pas de CMR1A.	Limiter l'utilisation des produits CMR tout en tenant compte des nouvelles réglementations	9.4 Modernisation et durabilité des filières industrielles 12.8 Formation et information environnementales
Mécénat d'urgence								
Mécénat (en k€)	66	37	66	37	Déploiement de la responsabilité sociétale	Les impacts de la crise sanitaire ne nous ont pas permis de maintenir nos actions de mécénat habituelles. Le Groupe a concentré ses engagements sur la mise au point et le développement de solutions applicatives contribuant directement à la lutte contre la propagation de la Covid-19.		17.17 Partenariats multi-acteurs

SUIVI DES INDICATEURS QUALITATIFS

Indicateurs	Commentaire	Domaine d'action ISO 26000	ODD
GOVERNANCE ET STRATÉGIE			
Signature du Pacte Mondial des Nations Unies	Le groupe a adhéré au Global Compact le 19 décembre 2019. Une COP (Communication sur le Progrès) a été déposée en décembre 2021.	6.2 Gouvernance de l'organisation	17 Partenariat pour la réalisation des objectifs mondiaux
Formalisation d'une stratégie RSE structurée, incluant un plan d'actions ou des objectifs sur les enjeux à la fois sociaux, environnementaux et liés aux parties prenantes	Les objectifs sociaux, environnementaux et sociétaux du Groupe ont été questionnés pour la Stratégie 2030		12.6 Responsabilité sociétales des entreprises
Existence d'un(e) responsable ou d'une direction en charge des enjeux de RSE / développement durable du Groupe	Un poste de Manager RSE Groupe a été créé en 2021 et nomination d'un SVP CSR en 2022		
Présence au comité exécutif (ou comité de direction) d'un(e) responsable en charge des enjeux de RSE / développement durable	Le SVP CSR siège au Comité Stratégique.		
Présentation de la stratégie RSE au Conseil au cours de l'année	Le Comité RSE du Groupe se réunit 4 fois par an pour évaluer la stratégie et état d'avancement		
Analyse des enjeux extra-financiers du groupe	Le Groupe a réalisé une matrice de matérialité qui présente et hiérarchise les enjeux extra-financiers. Il l'a publiée depuis 2019 et la mettra à jour en 2022.		
Hiérarchisation des enjeux extra-financiers	Les enjeux extra financiers sont hiérarchisés par familles de risques (page 16)		
Les enjeux extra-financiers identifiés comme les plus matériels sont traduits dans les facteurs de risques	Chaque risque fait l'objet d'action de maîtrise pour 2022 (Chapitre 3 Petits pas 2022)		
Formalisation d'un Plan de Continuité d'Activité	Formalisation de processus pour sécuriser la continuité de fonctionnement		
Les risques informatiques sont présentés aux instances de gouvernance au moins une fois par an	Un audit annuel par un prestataire extérieur fait ressortir les risques informatiques qui sont présentés au comité exécutif		
Existence de tests d'intrusion des systèmes IT	Les tests d'intrusion des systèmes IT sont menés à une fréquence de 3 ans		
Existence d'une charte informatique interne	La charte informatique a été formalisée en 2016.		
DIALOGUE SOCIAL			
Existence d'un directeur des ressources humaines	Hervé Garcia, Directeur des Ressources Humaines, est membre du Comité Stratégique, en charge de la bonne exécution de la stratégie et des politiques du Groupe en la matière.	6.4.5 Relations et conditions de travail - Dialogue social	4.3 Formation professionnelle 4.4 Compétences et accès à l'emploi 4.5 Egalité des chances
Engagement dans la promotion du dialogue social	Serge Ferrari dispose d'une représentation syndicale et d'un comité social et économique		
Nombre d'accords signés en France	4 accords signés en 2021		
SANTÉ SÉCURITÉ AU TRAVAIL			
Existence d'un système de management HSS (hygiène, santé, sécurité)	Un système de management de l'hygiène, santé, sécurité au sein du groupe est en place depuis de nombreuses années	6.4.6 Relations et conditions de travail - Santé et Sécurité au Travail	8.8 Droits et Sécurité au Travail
Part des activités bénéficiant d'une certification HSS (hygiène, santé, sécurité) externe (e.g. OHSAS 18001)	Cette activité ne fait pas l'objet d'une certification		

Indicateurs	Commentaire	Domaine d'action ISO 26000	ODD
POLITIQUE GÉNÉRALE EN MATIÈRE ENVIRONNEMENTALE			
Part des activités répondant directement à un enjeu fondamental de développement durable (ODD)	100% des activités du Groupe	6.5 Environnement	17 Partenariat pour la réalisation des objectifs mondiaux
Existence d'Installations Classées pour la Protection de l'Environnement (ICPE)	Le groupe Serge Ferrari dispose d'arrêtés d'autorisation ICPE pour les sites français		7.3 Efficacité énergétique 9.4 Modernisation et durabilité des filières industrielles 13.1 Mesures de lutte contre le changement climatique - Résilience et adaptation
Réalisation d'un audit énergétique au cours des 4 dernières années	La réglementation française dispense les sociétés certifiées ISO 50001 d'un audit énergétique. 84 % des activités de production bénéficient de la certification ISO 50001		
Part du périmètre du reporting environnemental consolidé	100% (périmètre industriel)		
Formalisation d'une politique environnementale (enjeux et objectifs)	La politique environnementale est formalisée comme le demande la norme ISO 14001		
Existence d'un système de management de l'environnement	Le SMI Group est encadré par les certifications ISO 9001, ISO 14004 et ISO 50001		
Part des activités bénéficiant d'une certification environnementale (e.g. ISO 14001, EMAS)	96% des activités de production bénéficient de la certification ISO 14001		
Existence d'audit, de mesures ou de reporting sur les enjeux liés à la pollution de l'air (hors enjeux des gaz à effet de serre)	Audits et mesures réglementaires		
Montant des provisions et garanties pour risque en matière d'environnement (en €)	373 211 €		
Existence d'un système de management de la qualité	Le SMI Group est encadré par les certifications ISO 9001, ISO 14004 et ISO 50001		
Part des activités bénéficiant d'une certification qualité (e.g. ISO 9001)	100 % des activités bénéficient de la certification ISO 9001 (périmètre industriel)		
GESTION DES DECHETS			
Mise en place d'un dispositif de tri des déchets	L'entreprise trie ses déchets et a également mis en place une démarche de tri sélectif au sein des services administratifs	6.5.3 Environnement Prévention de la pollution	12.4 Gestion écologique produits chimiques 12.5 Gestion des déchets
Existence d'un plan d'actions en faveur de la gestion des déchets et des substances dangereuses (DEEE, REACH, ROHS, etc.)	Le plan d'action vise à diminuer le volume de déchet par rapport au volume produit un ratio trimestriel mesure cette performance		
UTILISATION DURABLE DES RESSOURCES			
Initiatives/actions pour diminuer la quantité d'intrants/consommables -hors énergie- (papiers, eau, matières premières, etc.) et/ou de déchets	Le Comité Environnement, Energie, Déchets (comité D2E) a pour but d'initier, de recueillir, de mesurer les actions en cours.	6.5.4 Environnement Utilisation durable des ressources	6.4 Gestion durable des ressources en eau 12.2 Gestion durables des ressources naturelles
Diagnostic des ressources naturelles critiques	Le groupe mesure son impact hydrique (prélèvement dans la nappe phréatique de la Bourbre) et a pour objectif de le réduire de 20 % d'ici à 2024.		
CHANGEMENT CLIMATIQUE			
Existence d'un plan d'actions en faveur des économies d'énergie et de réduction des émissions de gaz à effet de serre	L'ensemble de ces besoins est géré en partie par la norme ISO 50001 pour les sites certifiés (Serge Ferrari SAS et Verseidag). Pour les autres sites le Groupe se fixe un objectif de certifier chaque site à l'horizon 2030	6.5.5 Environnement Atténuation des changements climatiques et adaptation	13.1 Mesures de lutte contre le changement climatique - Résilience et adaptation 7.2 Energies renouvelables
Initiatives visant à réduire l'impact environnemental des déplacements professionnels ou des trajets domicile - travail	Démarche interne de co-voiturage et vélos en libre circulation (testé en France) et en projet de généralisation progressive à l'échelle du Groupe		
Initiatives visant à réduire les impacts environnementaux de la logistique interne et sous traitée	La Logistique du Groupe cherche à réduire l'impact environnemental lié au transport interne		
Réalisation / révision d'un bilan des émissions de gaz à effet de serre au cours des trois derniers exercices	Le Groupe réalise un BEGES depuis 2015 sur son périmètre global et a déposé le BEGES 2020 sur le site de l'ADEME. Le Bilan Carbone® du Groupe sera publié en 2022		
Publication détaillée de la répartition des sources d'énergie ou types d'énergie consommée	Serge Ferrari s'engage dans sa politique à performer sur les ratio d'énergies consommées par unité produite.		

Indicateurs	Commentaire	Domaine d'action ISO 26000	ODD
PROTECTION DE LA BIODIVERSITÉ			
Initiatives pour la protection et la préservation de la biodiversité dans les infrastructures de l'entreprise	Le site de la Tour du Pin poursuit son engagement auprès de BeE (Bourbre Entreprises Environnement)	6.5.6 Environnement Protection de la biodiversité	15.5 Biodiversité et espèces menacées
Diagnostic biodiversité (évaluation des impacts et de la dépendance des activités de l'entreprise)	Un diagnostic global à l'échelle du Groupe est prévu pour 2025		
LUTTE CONTRE LA CORRUPTION			
Présence injustifiée de filiales enregistrées dans des pays à risque d'opacité financière	Toutes les filiales étrangères du groupes sont justifiées par nos activités	6.6.3 Loyauté des pratiques Lutte contre la corruption	16.4 Criminalité organisée 16.5 Corruption
Engagement en faveur de la responsabilité fiscale	Tous les comportements à proscrire sont rappelés dans notre code anti corruption pour les dirigeants et salariés		
PROMOTION DE LA RESPONSABILITE SOCIETALE DANS LA CHAINE DE VALEUR			
Intégration de critères environnementaux dans les pratiques d'achats/sous-traitance	Nos fournisseurs s'engagent et signent notre charte achat responsable dans laquelle figure de nombreux critères environnementaux	6.6.6 Loyauté des pratiques Promotion de la responsabilité sociétale dans la chaîne de valeur	12.2 Gestion durable des ressources naturelles 12.5 Gestion des déchets 12.6 Responsabilité sociétale des entreprises
Existence d'audits fournisseurs/sous-traitants pour contrôler la bonne application de ces critères environnementaux	Une création de poste en 2019 est dédiée à cette tâche afin de réaliser régulièrement des audits en utilisant une check List environnementale préétablie		
Existence d'audits fournisseurs/sous-traitants pour contrôler la bonne application de ces critères sociaux	Notre démarche d'audit externe permet de vérifier ces critères		
Accompagnement des sous traitants / fournisseurs sur des critères sociaux et / ou environnementaux	Serge Ferrari développe et partage ses connaissances aux travers de ses expériences et des certifications qu'elle possède. Cette démarche permet à ses sous traitants s'ils le désirent de profiter de l'expérience acquise.		
Identification des fournisseurs en situation de dépendance économique	La vérification et l'identification des fournisseurs fait l'objet d'une recherche à travers des organismes de notation; ex: Crédit Safe		
Certification d'une analyse de cycle de vie (ACV) des produits (e.g: ISO 14040) (5 dernières années)	Serge Ferrari a toujours été soucieux des impacts ou des risques possibles sur l'ACV des produits. C'est la raison pour laquelle elle réalise régulièrement des FDES/EPD.		
Mise en place d'une démarche d'éco-conception des produits	La fiche de données (FDES) complète et remplace avantageusement les ACV des Produits.		3.9 Santé Environnement
PROTECTION DE LA SANTE SECURITE DES CONSOMMATEURS			
Les risques liés aux perturbateurs endocriniens sont recensés	Travail du Comité Vigie-Alerte (veille réglementaire) et travaux de substitution	6.7.4 Questions relatives aux consommateurs Protection de la santé et de la sécurité des consommateurs	3.9 Santé Environnement
Label Greenguard pour les produits intérieurs du bâtiment pour les USA	Respecter et maîtriser la diffusion des taux de COV dans l'air ambiant		
CONSOMMATION DURABLE			
Label PVC Best Practice pour l'Australie	Fabriquer et utiliser le PVC dans les meilleures conditions possibles pour le respect de l'environnement	6.7.5 Questions relatives aux consommateurs Consommation durable	3.9 Santé Environnement
Produits et/ou services à valeur ajoutée environnementale et/ou sociale	Eco-cage depuis 2015. Technologie AGVIR virucide développée en 2020		

Zone industrielle de la Tour du Pin
38110 Saint Jean de Soudain
FRANCE
Tél. : **+33(0) 4 74 97 41 33**

Serge Ferrari
group

The logo for Serge Ferrari group features a stylized red leaf or flame shape above the word "Ferrari" in a bold, black, sans-serif font. The word "group" is written in a smaller, lowercase, black, sans-serif font directly below "Ferrari".