



Vrai ou Faux

Les composantes de l'indice Euronext® CDP Environment France EW Decrement 5 %

1. La composition de l'indice Euronext® CDP Environment France EW Decrement 5 % peut évoluer en cours d'investissement.

VRAI

La composition de l'indice Euronext® CDP Environment France EW Decrement 5 % est revue annuellement (le troisième vendredi du mois de mars).

2. La méthodologie de construction de l'indice Euronext® CDP Environment France EW Decrement 5 % exclue certains secteurs considérés comme "polluants".

FAUX

L'indice Euronext® CDP Environment France EW Decrement 5 % est construit sans exclusions sectorielles afin d'encourager toutes les entreprises à évoluer vers de meilleures pratiques environnementales. Les entreprises qui évoluent dans des secteurs considérés comme "polluants", comme le secteur de l'énergie, se doivent d'être leaders dans cette transition vers une économie durable. C'est en sélectionnant les bons élèves de ces secteurs que cette transition s'effectuera pleinement.

3. Le CDP est une entreprise de notation extra-financière.

FAUX

Le CDP est une organisation internationale à but non lucratif qui aide les entreprises et les gouvernements à mesurer, rapporter et gérer leurs impacts face aux trois



principaux défis environnementaux : le changement climatique, la gestion durable de la ressource en eau et la déforestation.

Chaque année le CDP utilise les informations fournies par les entreprises afin de les noter en fonction de leurs actions environnementales. Grâce à leur méthodologie publique de notation, il mesure les progrès des entreprises et encourage la transition vers une économie durable.

4. **L'entreprise Total peut se retrouver dans l'indice Euronext® CDP Environment France EW Decrement 5 %.**

VRAI

La méthodologie de construction de l'indice Euronext® CDP Environment France EW Decrement 5 % n'exclue aucun secteur. Il est donc tout à fait possible que l'entreprise Total se retrouve dans l'indice si sa notation environnementale, déterminée par le CDP, est suffisante.

Pour information, au 30 mars 2020, l'entreprise Total ne figurait pas dans l'indice Euronext® CDP Environment France EW Decrement 5 % en raison d'une non divulgation auprès du CDP de leurs actions en faveur de la lutte contre la déforestation.

5. **Chaque entreprise qui compose l'indice Euronext® CDP Environment France EW Decrement 5 % est pondérée selon sa capitalisation boursière.**

FAUX

Les composantes de l'indice Euronext® CDP Environment France EW Decrement 5 % sont équipondérées, ce qui signifie qu'elles possèdent toutes un poids identique dans l'indice. Contrairement à la pondération par capitalisation boursière, l'équipondération assure une meilleure diversification du risque.



Pour information, au 30 mars 2020, si l'indice Euronext® CDP Environment France EW Decrement 5 % était pondéré par capitalisation boursière, le top 10 des entreprises les plus pondérées représenteraient plus de 75 % de l'indice, contre seulement 25 % avec le mécanisme d'équipondération.

6. Le montant forfaitaire retranché à l'indice Euronext® CDP Environment France EW Decrement 5 % est variable d'une année à l'autre.

FAUX

L'indice est calculé en réinvestissant les dividendes nets détachés par les actions qui le composent et en retranchant un montant forfaitaire de 5 % par an. Ce montant est fixe d'une année à l'autre.

Pour rappel, le dividende représente la part des bénéfices nets d'une entreprise versée aux actionnaires, à la fin de chaque exercice, selon un montant déterminé par l'assemblée générale. Il est variable d'une année à l'autre.

Les indices standards de type Euro STOXX 50® ne réinvestissent pas ces dividendes. Ceux-ci étant variables, leur impact sur les indices standards peut être sous-estimé par les banques qui conçoivent les supports d'investissement, et négativement impacter ces supports.

Le fait de fixer ce montant de dividende permet d'éliminer cette incertitude dans l'indice Euronext® CDP Environment France EW Decrement 5 %.

7. D'ici 2030, le groupe Unibail-Rodamco-Westfield souhaite permettre à 50 % des visiteurs d'accéder aux centres commerciaux du groupe par des moyens de transport durables.

VRAI



Unibail-Rodamco-Westfield est un groupe spécialisé dans l'immobilier commercial. Il s'agit de la première société du secteur



de l'immobilier à engager une stratégie si ambitieuse en matière d'environnement. L'entreprise a lancé en 2015 le programme Better Places 2030 qui vise à améliorer l'efficacité énergétique du groupe d'ici à 2030. Il a ainsi mis en place plusieurs mesures : réduire les émissions de carbone liées à la construction de 35 %, réduire les émissions de carbone liées à ses opérations de 80 % et réduire les émissions de carbone liées au transport de 40 %. Ou encore : permettre à 50 % des visiteurs d'accéder aux actifs du groupe par des moyens de transport durables, et connecter 100 % des projets en développement aux transports en communs.

Source : Universal Registration Document 2019, Unibail-Rodamco-Westfield.

8. 50 % des emballages conçus par l'entreprise Danone sont recyclables, réutilisables ou compostables.

FAUX



Depuis 2017, 86 % des emballages (et 77 % des emballages plastiques) conçus par Danone sont recyclables, réutilisables ou compostables. Le groupe s'engage à ce que ce chiffre atteigne 100 % des emballages d'ici 2025.

La vision "One Planet. One Health" de Danone reflète la conviction de l'entreprise que la santé des personnes et la santé de la planète sont interconnectées. Le groupe s'est d'ailleurs engagé à atteindre la neutralité carbone sur l'ensemble de sa chaîne de valeur d'ici 2050. Pour se faire, elle souhaite transformer ses pratiques agricoles pour augmenter la séquestration de carbone dans le sol et éliminer totalement la déforestation de sa chaîne d'approvisionnement d'ici fin 2020.

Le respect du bien-être animal est une des priorités du groupe. Depuis 2019, 100 % des œufs et ingrédients à base d'œufs qu'il utilise proviennent d'élevages en liberté.

Source : www.danone.com



9. **100 % de l'eau utilisée à des fins industrielles, par certaines usines de l'entreprise L'Oréal, est recyclée et réutilisée en boucle.**

VRAI

L'ORÉAL Dans le cadre de son programme de développement durable Sharing Beauty With All, lancé en 2013, L'Oréal s'est fixé des engagements concrets à fin 2020, qui couvrent l'ensemble de ses impacts et toute sa chaîne de valeur.

Avec une réduction des émissions de CO2 de ses usines et centrales de 77 % entre 2005 et 2018, L'Oréal a dépassé son objectif de réduction des émissions de 60 %, alors que sa production a elle augmenté de 38 %.

L'ambition de L'Oréal est de préserver les ressources naturelles, comme l'eau. En 2018, trois de ses usines sont devenues « usines sèches », c'est-à-dire que 100 % de l'eau utilisée à des fins industrielles est recyclée et réutilisée en boucle.

D'ici à 2025, 100 % des emballages en plastique du groupe seront rechargeables, réutilisables, recyclables ou compostables.

Source : www.loreal.fr, Développement Durable.

10. **La nouvelle génération d'avions Airbus A330, dites A330neo, offrent une réduction de la consommation de carburant par siège de 25 % par rapport aux avions de génération plus ancienne de taille similaire.**

VRAI

AIRBUS Airbus alloue aujourd'hui plus de 2 milliards d'euros par an en R&D. Il innove en permanence pour s'assurer que ses produits sont à la pointe de la technologie aérospatiale et concentre ses efforts sur la réduction des émissions de CO2. Airbus a ainsi pu réduire ses émissions de gaz à effet de serre de 14 % entre 2006 et 2017, sa production de déchets non recyclables



de 42 %, a remplacé plus de 700 produits industriels par des alternatives sans substances dangereuses et réutilise ou recycle jusqu'à 92% de ses avions.

En 2008, le groupe s'est engagé, dans le cadre des objectifs du Air Transport Action Group à l'échelle de l'industrie, à réduire les émissions de CO2 de 50 % d'ici 2050. Au cours de la prochaine décennie, l'objectif d'Airbus est de développer des avions qui volent sans émissions de CO2.

Source : Rapport Annuel 2018 & rapport Environment Matters for the future of aerospace.

11. 79 % des briquets produit par l'entreprise BIC sont vendus sous emballages.

FAUX



En tant que leader de l'industrie des biens de consommation, BIC s'efforce en permanence de réduire l'empreinte environnementale de ses activités : optimisation de la consommation d'eau et d'énergie, réduction et recyclage des déchets, diminution des émissions de gaz à effet de serre.

Le groupe a opéré une réduction, par tonne de production entre 2009 et 2018, de 18 % de sa consommation d'énergie, de 45 % de sa consommation d'eau, et de 22 % de sa production de déchets non recyclés.

94,16 % des emballages en carton sont d'origine certifiée et/ou recyclée, 87,9 % des emballages en plastique sont sans PVC, et 79 % des briquets BIC sont vendus sans emballage.

BIC a décidé d'éliminer les emballages dès que possible, de sélectionner des matières responsables et de réduire et recycler ses déchets dans les usines.

Source : www.bicworld.com



12. Le groupe ArcelorMittal, plus grand producteur d'acier au monde, a investi plus de 1 200 millions de dollars afin d'améliorer sa performance environnementale.

VRAI



En tant que plus grand producteur d'acier au monde, ArcelorMittal a la responsabilité d'être leader de la transition environnementale du secteur de l'acier. L'objectif du groupe en Europe est de réduire ses émissions de CO₂ de 30 % d'ici 2030 par rapport à 2018, et d'atteindre la neutralité carbone d'ici 2050.

Dans le même temps, le groupe cherche à réduire son intensité carbone moyenne (soit le rapport moyen des émissions de CO₂ à la création de valeur de l'entreprise) de 8 % d'ici 2020 par rapport à 2007.

ArcelorMittal réalise de nombreux investissements dans le monde pour améliorer sa performance environnementale. Au cours des trois dernières années, le groupe a investi plus de 1 200 millions de dollars dans des activités à bénéfices environnementaux.

Source : Climate Action Report 1 May 2019, ArcelorMittal.

13. L'intensité carbone d'Air Liquide (soit le rapport des émissions de CO₂ à la création de valeur de l'entreprise) était de 4,9 en 2018.

VRAI



Air Liquide s'inscrit dans une démarche de croissance responsable et s'engage à réduire de 30 % son intensité carbone d'ici 2025. Pour y parvenir, il s'appuie sur trois leviers principaux : augmenter de près de 70 % ses achats d'énergie renouvelable, améliorer l'efficacité énergétique de ses unités de production, et réduire de 10 % l'empreinte carbone de ses produits.



En 2018, l'intensité carbone était de 4,9 ce qui représente une réduction de 22 % par rapport à l'intensité carbone de 2015 (6,3) et une progression de 74 % par rapport à l'objectif de 2025 (4,4).

Air Liquide cherche à promouvoir l'énergie hydrogène, qui constitue l'une des solutions pour répondre aux défis du transport propre : réduction des gaz à effet de serre, de la pollution et de la dépendance aux carburants pétroliers.

Source : www.airliquide.com, Développement durable.

14. JCDecaux utilise plus de 3000m3 d'eau de pluie pour le lavage de ses mobiliers urbains (dont les abribus) et de ses véhicules.

VRAI

JCDecaux N°1 mondial du mobilier urbain publicitaire, JCDecaux est implanté au cœur des villes et des transports, ce qui lui confère une responsabilité essentielle : celle de maîtriser son empreinte environnementale. C'est pourquoi le groupe a déployé un ensemble de mesures et objectifs qui touchent tous les aspects de ses activités : 100 % des consommations électriques du groupe par de l'électricité verte d'ici 2022, réduction de la consommation de carburant aux 100 km de ses véhicules de 20 % d'ici 2020, équipement de ses nouveaux mobiliers avec la technologie LED permettant jusqu'à 70 % de réduction des consommations énergétiques.

Le groupe a de plus installé des cuves récupératrices d'eau de pluie pour en favoriser l'usage local : lavage de ses mobiliers et véhicules. 3476 m3 d'eau de pluie ont été utilisés en 2018.

Source : www.jcdecaux.com, Développement Durable.



15. Kering a atteint 46 % d'utilisation d'énergies renouvelables à l'échelle du groupe.

FAUX

 **K E R I N G** En janvier 2017, le groupe de luxe Kering a annoncé une nouvelle phase de sa stratégie de développement durable « Façonner le Luxe de demain », qui s'articule autour de trois piliers : Care, Collaborate, Create. Cette stratégie se traduit par une nouvelle série d'objectifs ambitieux à atteindre d'ici 2025.

Depuis 2018, Kering est entièrement neutre en carbone à l'échelle de l'ensemble de ses activités et de sa chaîne d'approvisionnement. Le groupe a aussi atteint 100 % d'utilisation d'énergies renouvelables dans sept pays, 78 % en Europe et 67 % pour l'ensemble du groupe.

Kering a enfin atteint 100 % d'approvisionnement en or responsable pour les montres et la joaillerie. Le groupe est en passe d'atteindre 100 % d'approvisionnement durable pour d'autres matières premières clés d'ici 2025.

Source : Sustainability Progress Report 2017 - 2020, Kering.

16. Sopra Steria a demandé à 90 % de ses principaux fournisseurs de mettre en place des objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre d'ici 2025.

VRAI



En tant que leader européen de la transformation numérique, Sopra Steria a mis en œuvre depuis plusieurs années un programme d'actions visant à réduire ses émissions de gaz à effet de serre, limiter l'impact environnemental de ses activités et en faire bénéficier ses clients afin de les aider à réduire leur empreinte environnementale.

Le groupe vise à réduire de 21 % ses émissions de gaz à effet de serre d'ici 2025, réduire de 43 % les émissions par collaborateur d'ici 2025, et à couvrir 85 % de la



consommation d'électricité du groupe à partir de sources renouvelables d'ici fin 2020.

Il s'engage de plus à ce que ses principaux fournisseurs maîtrisent leurs émissions de gaz à effet de serre, et travaille à ce que 90 % d'entre eux mettent en place des objectifs de réduction des émissions d'ici 2025.

Source : Notre Responsabilité Environnementale, Sopra Steria.

17. Dans le cadre de sa "Feuille de route développement durable France", SUEZ cherche à économiser l'équivalent de la consommation en eau d'une ville de plus de 2 millions d'habitants d'ici 2021.

VRAI



Leader mondial dans la gestion intelligente et durable des ressources, SUEZ fournit des solutions de gestion de l'eau et des déchets. Le groupe a fait du passage à une économie qui recycle et valorise les ressources une de ses priorités. De fait, SUEZ souhaite doubler ses volumes de plastiques recyclés et augmenter de plus de 10 % sa production d'énergie renouvelable.

Le groupe cherche à atténuer les causes du dérèglement climatique et a pris l'engagement de réduire de 10 % ses émissions directes et indirectes de gaz à effet de serre en 2021, et de 30 % en 2030.

Les conséquences du dérèglement climatique sur l'eau sont nombreuses, et SUEZ s'engage à économiser l'eau par une meilleure gestion des fuites et des consommations, et à maximiser l'offre en augmentant le volume disponible des eaux alternatives (réutilisation des eaux usées, dessalement).

Source : www.suez.fr, Un groupe engagé.



18. L'impact écologique d'un smartphone est dû à 30 % à sa phase de fabrication et de fin de vie, 70 % à sa phase d'utilisation, essentiellement la consommation d'énergie lors des cycles de rechargement de la batterie.

FAUX



L'impact écologique d'un smartphone est dû à 80 % à sa phase de fabrication et de fin de vie, 20 % à sa phase d'utilisation. Si en France, le groupe Orange atteint un taux de collecte des téléphones usagés de 30 %, on estime que moins de 10 % des téléphones sont collectés à l'échelle du globe.

Dans le cadre de son nouveau plan stratégique « Engage 2025 », Orange s'est fixé un objectif prioritaire : être net zéro carbone en 2040 et anticiper ainsi de 10 ans les objectifs du secteur. Pour y parvenir le point de passage du groupe est de réduire d'ici 2025 ses émissions de CO2 de 30 % par rapport à 2015.

Le groupe a déployé 2 800 sites solaires en Afrique et au Moyen-Orient, qui alimentent le système de téléphonie mobile. Il dispose de plus de la première flotte en auto partage d'Europe avec 2 540 véhicules hybrides et électriques.

Source : www.orange.com, Notre engagement sociétal.