



Date : 17 Juin 2020

Référence : ENGIE 2020-005

Émetteur : Direction de la RSE

Interlocuteur : CHASSAGNETTE Anne **Mail :** anne.chassagnette@engie.com **Tél. :** +33 (0)1 44 22 67 59

Politique Sociétale

Résumé

La politique sociétale d'ENGIE précise les enjeux sociétaux pour le Groupe, les moyens mis en œuvre pour répondre à ses enjeux et la gouvernance qui contribue à la mise en œuvre de cette politique.

Cette décision prend effet à compter du 17 Juin 2020 et s'applique aux activités conduites par ENGIE en son nom et ses filiales contrôlées partout dans le monde. Cette politique a été élaborée en prenant en compte les normes de la RSE et les engagements d'organismes tels que les Nations Unies, l'OIT ou l'OCDE, auxquels le Groupe adhère. Elle est applicable dans la limite des lois et règlements s'appliquant aux entreprises régulées.

Document(s) annulé(s) ou modifié(s) : Politique Sociétale de 2018 référencée 2018-003

Pièce(s) jointe(s) : néant

Diffusion : externe

ENGIE

1 place Samuel de Champlain - Faubourg de l'Arche
92930 Paris La Défense cedex
Tél. +33 (0)1 44 22 00 00

engie.com

ENGIE - SA au capital de 2 435 285 011 euros - RCS Nanterre 542 107 651

Table des matières

Préambule

1. Les enjeux sociétaux du Groupe	3
1.1. NOUVELLES MUTATIONS NORMATIVES ET ATTENTES DE LA SOCIETE	4
1.2. DROITS HUMAINS	4
1.3. INNOVATION SOCIETALE	4
1.4. ACCES A L'ENERGIE	4
1.5. CONSOMMATION RESPONSABLE	4
2. Les moyens mis en œuvre par le Groupe pour répondre à ses enjeux	5
2.1. ETRE EN CONTACT AVEC LA SOCIETE CIVILE	5
2.2. METTRE A DISPOSITION DES OPERATIONNELS UNE BOITE A OUTILS SOCIETALE	5
2.3. ORGANISER DES PROGRAMMES DE FORMATION ET UN SUPPORT AUX BU	5
2.4. ETABLIR UNE DEMARCHE DE MARKETING RSE	6
3. La gouvernance en matière de responsabilité sociétale	6
4. Annexes	7
4.1. ANNEXE 1 : L'objectif d'Engagement avec les parties prenantes d'ici 2030	7
4.2. ANNEXE 2 : Les partenariats ONG	7

Préambule

La stratégie de développement du Groupe visant à s’engager sur les sujets sociétaux témoigne d’une volonté d’accompagner les changements de la société et des comportements.

Le contexte actuel est caractérisé par des avancées réglementaires confortant la volonté des citoyens de demander des explications aux entreprises sur leurs activités, par une société civile de plus en plus structurée et organisée et par une forte demande d’informations de la part des communautés. A noter également une hausse significative de la consommation responsable, une réelle quête de sens dans les habitudes de consommation ainsi que de fortes attentes de la part des collaborateurs sur les sujets sociétaux. Ces éléments de contexte sont autant de raisons pour ENGIE d’adapter ses activités.

S’il est indéniable que nos projets ont un impact fort sur les communautés, il est également de plus en plus évident que les citoyens revendiquent un statut de parties prenantes à part entière et réclament une plus grande consultation et implication dans les projets qui les touchent. En réponse à ce double constat, ENGIE s’est engagé dans une démarche proactive, en amont des récentes évolutions réglementaires, en plaçant les enjeux sociétaux au cœur de son business model. **ENGIE, à travers sa raison d’être, inscrit dans ses statuts son engagement à avoir un impact positif pour les personnes.**

Via une politique sociétale approfondie, le Groupe a ainsi pu évoluer en incorporant progressivement la brique sociétale à sa stratégie commerciale.

La présente politique sociétale précise donc :

- 1. Les enjeux sociétaux pour le Groupe**
- 2. Les moyens mis en œuvre pour répondre à ses enjeux**
- 3. La gouvernance qui contribue à la mise en œuvre de la politique sociétale du Groupe**

1. Les enjeux sociétaux du Groupe

ENGIE doit dorénavant faire face à des impératifs sociétaux grandissants qui traduisent une mutation des attentes de la société civile et des autorités envers les entreprises. En effet, l’entreprise est aujourd’hui vue comme un acteur qui, du fait de ses activités, est profondément ancré dans la société et doit donc participer à son amélioration.

Le Groupe s’engage dans les questions de durabilité concernant ses activités pour répondre aux demandes et besoins des territoires dans une démarche de co-construction (élus, services, recherche, associations, acteurs du numérique, citoyens, entreprises, écosystème local...).

La crise sanitaire que connaît la planète a amené les filiales du Groupe à adapter leurs services à l’accompagnement des métiers d’urgence et de première nécessité (soins médicaux, fourniture de denrées alimentaires) tout en accompagnant les populations fragiles et fragilisées.

La prise en compte de la durabilité se fait à tous les niveaux du Groupe : de l’adhésion aux principes en faveur d’une stratégie fiscale responsable à la participation aux grandes réflexions et grands débats nationaux et internationaux sur la transition énergétique et son accompagnement par une transition juste et une meilleure appropriation des énergies renouvelables par les territoires ainsi que la juste prise en compte des droits et demandes des communautés.



1.1. NOUVELLES MUTATIONS NORMATIVES ET ATTENTES DE LA SOCIETE

Les évolutions normatives de ces dix dernières années témoignent de façon flagrante du passage de la soft law à la hard law.

Ces nouvelles réglementations sont ainsi le reflet d'une mobilisation et d'une professionnalisation de la société civile organisée sur les thématiques sociétales. Les ONG traitant ces sujets ont également su développer des stratégies d'action et de plaidoyer variées s'appuyant notamment sur des plateformes internationales dédiées pluri-expertes et sur le recours aux outils digitaux.

Si la plupart des parties prenantes les plus mobilisées n'exigent pas une perfection immédiate et sont en mesure de comprendre les contraintes opérationnelles rencontrées par les entreprises, leur collaboration est néanmoins conditionnée par la prise en considération de leurs attentes. En cela, ENGIE se doit d'être en dialogue permanent avec ces acteurs.

1.2. DROITS HUMAINS

Le Groupe est totalement engagé sur la thématique de Droits Humains et notamment :

- L'acceptabilité des énergies renouvelables sur les territoires et le Droit des communautés à être informées et à participer aux décisions qui les concernent
- La transition juste qui accompagne la transition énergétique dans un respect social et environnemental permettant de préserver les Droits des communautés

1.3. INNOVATION SOCIETALE

Innover pour répondre aux enjeux sociétaux et aux attentes de ses parties prenantes est une orientation dans laquelle ENGIE s'est lancé avec succès. Cette innovation passe notamment par l'appui de nouvelles technologies et des nouveaux outils comme le digital, à l'image de l'application PowerZee qui sensibilise et encourage les étudiants et employés d'un campus à jouer un rôle actif dans la réduction de leur empreinte environnementale. Ces nouveaux outils sont autant de moyens pour améliorer la sensibilisation, l'information et l'implication du consommateur dans les choix des solutions technologiques et des pratiques de sobriété.

L'innovation sociétale dans laquelle s'engage le Groupe passe aussi par les plateformes d'innovation ouvertes. Ces instruments visent à inscrire ENGIE dans une démarche collaborative, d'ouverture vers l'externe et d'approfondissement de son ancrage territorial, éléments indispensables à notre ambition de projet harmonieux.

1.4. ACCES A L'ENERGIE

Comme énoncé dans les Objectifs de Développement Durable (ODD), l'accès à l'énergie représente un enjeu fondamental et ENGIE se démarque par des réponses ambitieuses à cette problématique. Le fond d'investissement à impact Rassembleurs d'Energie en est un exemple phare : cette initiative unique et innovante est ouverte aux salariés du Groupe et base son business model sur la « fertilisation croisée » c'est-à-dire une aide mutuelle entre ENGIE et les entrepreneurs locaux pour promouvoir l'accès à une énergie durable.

De même, ENGIE s'illustre par d'autres initiatives pour l'accès à l'énergie comme ENGIE VOLUNTEERS PROGRAM (EVP). Fleuron du mécénat de compétences au sein d'ENGIE, EVP offre la possibilité à nos collaborateurs de s'engager dans le programme et de mettre le savoir-faire du Groupe en matière d'énergie au service de projets humanitaires.

1.5. CONSOMMATION RESPONSABLE

Avec une société civile de plus en plus sensibilisée et informée sur les grands enjeux environnementaux et sociétaux, la montée en puissance de la consommation dite « responsable » est désormais un constat flagrant, et ce aussi bien dans les domaines alimentaire, cosmétique, vestimentaire, qu'énergétique.

Les consommateurs recherchent désormais un mode de consommation prenant en compte les critères du développement durable, c'est-à-dire une consommation à la fois respectueuse de l'environnement, bénéfique pour l'économie (notamment locale), bonne pour la santé, mais aussi positive pour la société.

La consommation et la production durables encouragent à utiliser les ressources et l'énergie de manière efficace, à mettre en place des infrastructures durables et à assurer à tous l'accès aux services de base, à des emplois décents et à une meilleure qualité de vie.

Il est donc indispensable pour les entreprises de se positionner sur cette thématique : si la consommation responsable est de plus en plus revendiquée par les usagers, il relève cependant de la responsabilité des entreprises de déployer un vrai travail de pédagogie en intégrant cet enjeu majeur dans leurs offres, activités et conseils clients.

2. Les moyens mis en œuvre par le Groupe pour répondre à ses enjeux

Face à ces enjeux sociétaux montants, ENGIE a su déployer un ensemble de moyens visant à accompagner les mutations de notre société et à faire face aux défis d'aujourd'hui.

2.1. ETRE EN CONTACT AVEC LA SOCIETE CIVILE

La réponse d'ENGIE aux grands enjeux sociétaux contemporains ne saurait se faire sans un contact permanent, aussi bien au niveau des Business Units (BU) qu'au sein des services centraux du Groupe, avec les diverses parties prenantes constituant la société civile. Ce contact s'exerce notamment par le biais de liens forts avec les ONG nous permettant de bénéficier de leur expertise thématique et locale, indispensable à la création de valeur partagée dans nos projets et activités.

Dans le contexte actuel nous devons renforcer nos partenariats avec une société civile engagée sur les thématiques de transition écologique et solidaire, tant sur le plan environnemental que sur le plan social et celui des Droits de l'Homme.

2.2. METTRE A DISPOSITION DES OPERATIONNELS UNE BOITE A OUTILS SOCIETALE

Cette boîte à outils conçue avec et pour les entités opérationnelles s'appuie sur un processus de dialogue en six étapes appelé « Stakeholder Engagement ». Celui-ci va d'une analyse de contexte à l'identification exhaustive des parties prenantes pour des enjeux relatifs, en passant par l'élaboration d'un plan d'action et par le suivi et l'évaluation de son impact. Cette boîte à outil comprend également des éléments pour guider les équipes opérationnelles dans leurs actions de dialogue comme la tenue de réunions communautaires ou la maîtrise d'outils participatifs.

Un système d'auto-évaluation exigeant a également été déployé pour coordonner l'évaluation du système mis en place dans l'ensemble des entités du Groupe. Cette évaluation, conçue avec le soutien de AA1000, institution internationale reconnue en RSE, garantit la mise en place d'une démarche efficace.

La Direction de la RSE supervise la compilation de ces données et est en soutien aux BU pour l'atteinte de notre objectif de dialogue.

2.3. ORGANISER DES PROGRAMMES DE FORMATION ET UN SUPPORT AUX BU

Pour le Groupe, la formation de l'ensemble de l'entreprise à la gestion des problématiques sociétales est une mission essentielle puisque la prise en compte des enjeux sociétaux doit être au cœur de toutes nos activités.



Politique Sociétale

Ces programmes sont adaptés à chaque contexte professionnel ou culturel et consistent en un mélange d'activités interactives et de présentations académiques. Le département intervient ainsi sur des projets spécifiques pour apporter un soutien aux opérationnels sur les questions sociétales du territoire concerné.

2.4. ETABLIR UNE DEMARCHE DE MARKETING RSE

Les produits et les marques de demain devront répondre aux enjeux et aux attentes de la société. En réponse aux enjeux de consommation responsable, ENGIE soutient l'intégration progressive de la dimension « durabilité » dans ses offres pour les particuliers, les collectivités ou les clients industriels.

Nous intégrons la durabilité dans nos offres et explorons de nouvelles approches pour réaliser les objectifs de progrès harmonieux que nous nous sommes fixés.

3. La gouvernance en matière de responsabilité sociétale

La Politique Sociétale est déployée au sein du Groupe par le biais d'une filière RSE au sein des BU, de divers comités, d'une communauté de pratiques, et du département Sociétal de la Direction de la RSE.

Ce département est composé d'une équipe spécialisée, aux compétences spécifiques aux enjeux sociétaux et capable de produire une réflexion en lien avec ces thématiques à l'échelle du Groupe. Son expertise vise à compléter les actions mises en place plus localement au sein des BU, à l'image de démarches transversales comme le « groupe de travail pour la transition post charbon ». Les activités du département sociétal sont de quatre types :

1. **Structuration de la démarche de dialogue du Groupe** afin de fournir aux BU des standards précis et une approche déjà structurée de dialogue avec les parties prenantes. L'objectif est d'aider les BU à intégrer de façon efficace et rapide la dimension de dialogue.
2. **Appui aux opérationnels** sur des projets particuliers afin de fournir un support concret et de proximité aux opérations. Il s'agit d'utiliser les outils sociétaux préalablement développés par le Département (cartographie, autoévaluation, veille) afin de répondre à des appels d'offres ou aux besoins spécifiques d'un projet du Groupe.
3. **Anticipation des controverses** afin d'en limiter les impacts.
4. **Soutien à la politique du Groupe via des partenariats structurants** et permettant de conserver voire de renforcer le lien entre ENGIE et la société civile organisée. Ces partenariats sont essentiels puisqu'ils permettent d'aligner les décisions du Groupe avec les préoccupations de la société et ainsi de créer de nouvelles opportunités et d'anticiper d'éventuelles controverses futures.
5. **Association de la Direction RSE à la Direction Ethics & Compliance dans le but d'accompagner les BUs dans l'élaboration et la mise en place du plan de vigilance**
6. **Intégration du processus de dialogue avec les parties prenantes dans le processus ERM**

4. Annexes

4.1. ANNEXE 1 : L'objectif d'Engagement avec les parties prenantes d'ici 2030

Objectif	Indicateur	Cible Groupe 2025	Cible Groupe 2030
Engagement avec les parties prenantes	Part des activités, projets et sites en démantèlement avec un plan sociétal	80%	100%

4.2. ANNEXE 2 : Les partenariats ONG

Une ambition, définir une relation avec la société civile basée sur une logique d'intérêts partagés

Pour arriver à cela il faut créer les conditions suivantes:

1. **Equilibre** entre ONG « opérationnelles » (« facilitateurs de projets ») et ONG « institutionnelles » (« influenceurs d'opinion et relais d'image ») pour :
 - Ancrage territorial
 - Équilibre entre les alliances avec les différents types d'ONG
 - Pas de substituabilité des ONG aux autorités : renforcement de leur légitimité grâce à un rôle d'assistance technique aux communautés pour les aider dans la prise de décisions
2. **Approfondissement** de ces partenariats :
 - Etendre le dialogue « opérationnel sur le territoire » ONG/ entreprise vers toutes les ONG (en particulier les ONG « institutionnelles ») pour augmenter la création de valeur partagée via l'appropriation par les communautés de nos projets
 - Et inversement, pour donner du corps et renforcer nos messages face aux ONG (certes de plus en plus rares) tentées par le dogmatisme
3. **Favoriser la collaboration entre acteurs**

Il s'agit de ne pas se cantonner à une simple « bifurcation » mais d'engager une réelle **transition** visant à passer **de l'entre soi au collectif**. Au cœur de cette transition se trouve le nécessaire **changement de modèle pour l'entreprise**, notamment des rapports avec la société civile. Plusieurs conditions sont cependant indispensables pour que cette mutation s'opère :

- Le renforcement des **liens de confiance** entre les différents acteurs
- Une **relative flexibilité**
- Une exemplarité du corporate et du top management