



**Déclaration de performance  
extra-financière 2024**

# TABLE DES MATIÈRES

## I – INTRODUCTION

<b>1 – Notre modèle de création de valeur</b>	p. 3
<b>2 – Notre chaîne de valeur</b>	p. 6
<b>3 – « Commit Together » : notre programme RSE</b>	p. 7

## II – DÉCLARATION EN MATIÈRE DE DURABILITÉ

<b>Préambule</b>	p. 12
<b>1 Informations générales à publier</b>	
1.1 – Base générale pour la préparation	p. 12
1.2 – Gouvernance en matière de durabilité	p. 14
1.3 – Intérêts et points de vue des parties prenantes	p. 15
1.4 – Évaluation de double matérialité	p. 19
<b>2 Informations environnementales</b>	
2.1 – Changement climatique et pollution	p. 31
2.2 – Ressources hydriques	p. 44
2.3 – Utilisation des ressources	p. 47
2.4 – Économie circulaire	p. 49
<b>3 Informations sociales</b>	
3.1 – Personnel de l’entreprise	p. 51
3.2 – Travailleurs de la chaîne de valeur	p. 63
3.3 – Consommateurs et utilisateurs finaux	p. 70
<b>4 Informations relatives à la gouvernance</b>	
4.1 – Éthique des affaires et protection des données personnelles	p. 78
4.2 – Relations avec les franchisés et les fournisseurs	p. 82
<b>5 Note méthodologique</b>	p. 87
<b>6 ANNEXE - Rapport de l’organisme tiers indépendant</b>	p. 90

*Note : abréviation pour Europcar Mobility Group = EMG*

# I – INTRODUCTION

## 1 - Notre modèle de création de valeur

➔ « We help to change the way you move » est notre raison d’être et ce qui nous unit.

Plus que jamais, nous nous engageons à **fournir des solutions simples, transparentes et innovantes qui rendent la mobilité simple, agréable et de plus en plus respectueuse de l’environnement.**

➔ **Nous évoluons sur un marché complexe, en pleine mutation :**

Certaines tendances sociétales ouvrent des opportunités et font du modèle fondé sur l’utilisation d’une voiture (par opposition au modèle de la possession d’une voiture), un choix judicieux :

- Besoin de durabilité, besoin urgent de réduire les émissions de CO2 associées au transport/à la mobilité
- Inflation, augmentation des coûts de possession d’une voiture
- Plans d’Urbanisation, croissance entraînant des restrictions d’accès aux centres-villes

➔ **Dans ce contexte, nous sommes bien placés pour jouer un rôle de premier plan :**

Nous sommes une société de services de mobilité :

- Forts de 75 ans d’expertise du service auprès de clientèles Loisirs et Affaires.
- L’un des leaders européens de la location de véhicules avec une présence mondiale.
- Opérant sur un large éventail de la chaîne de valeur de la mobilité : de l’entretien et de la réparation des véhicules aux services à la clientèle.

Grâce à notre offre, nous pouvons faire partie de la solution pour un monde à faibles émissions de carbone et tirer parti des opportunités de croissance associées aux nouveaux usages de la mobilité :

- **Autopartage** : pour quelques heures
- **Location de voiture** : pour quelques jours
- **Abonnement voiture** : pour quelques mois

➔ **Nous nous appuyons sur de solides atouts...**

### #1 Un réseau mondial dense

- Le Groupe est présent dans le monde entier par le biais d’un réseau d’environ 130 pays, dont 16 pays « Corporate » en 2024 avec des stations en propre (Europe, États-Unis, Australie et Nouvelle-Zélande) et d’autres pays dans lesquels nous sommes représentés par des franchisés et des partenaires.

## #2 Quatre grandes marques distinctes, qui répondent à des besoins, des cas d'usage et des attentes différenciés en termes de niveau de service :

- Europcar® : Leader européen de la location de voitures et de véhicules utilitaires (marché traditionnel et haut de gamme);
- Goldcar® : Leader européen du « low cost » ;
- Fox® : Une offre dynamique « low cost » aux Etats-Unis ;
- Euromobil® : un acteur allemand de la location de voitures, distribué via le réseau de concessionnaires Volkswagen\*.

## #3 Une flotte moderne, équipée des moteurs les plus récents

- Flotte totale en moyenne en 2024 : plus de 287 000

## #4 Distribuée principalement par des canaux détenus en propre

- Nombre de stations : plus de 2 700 (corporate et franchisés)
- Nombre de plateformes numériques : plus de 140

## #5 Une variété de talents pour assurer un service quotidien

- 64 % des stations, 36 % des fonctions de support

## #6 Une culture « One Group », renforcée par nos valeurs



**We act with respect**



**We move as one**



**We take responsibility**



**We embrace change**



**We are happy to help**

*\* En octobre 2023, EMG a pris une participation majoritaire de 51 % dans Euromobil GMBH. En conséquence du contrôle détenu par le Groupe sur Euromobil, l'entité a été entièrement consolidée dans les États financiers consolidés du Groupe à partir de novembre 2023.*

## ➔ Pour créer de la valeur pour toutes nos parties prenantes

### Clients

- Jours de location : plus de 77 millions
- NPS (Net Promoter Score) - pour la marque Europcar : 58,1

### Salariés

- Nombre total de collaborateurs : plus de 9 300
- % de femmes / % d'hommes : 42 % de femmes / 58 % d'hommes
- Travailleurs saisonniers : plus de 5 200

### Fournisseurs

- Nombre de fournisseurs de flotte : plus de 300
- Nombre de fournisseurs hors flotte : environ 20 000

### Actionnaires (au 31/12/2024)

- % GMH\*\* : 99,83 %
- % EMG : 0,17 %

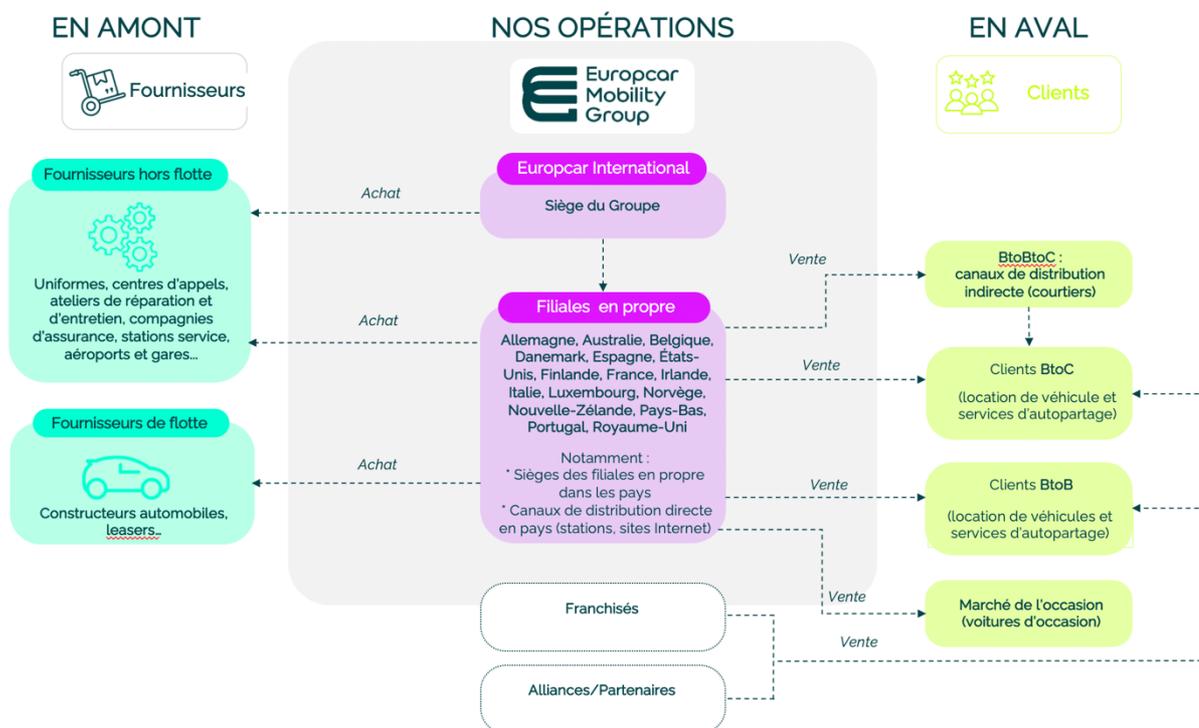
### Planète

- Empreinte carbone :
  - Hors États-Unis et Euromobil (périmètre de notre engagement SBTi initial) : 1 979 411 tCO<sub>2</sub>e
  - En incluant les États-Unis : 2 733 003 tCO<sub>2</sub>e
  - En incluant Euromobil : 2 782 809 tCO<sub>2</sub>e
- % d'EV et de PHEV (émettant moins de 50 g CO<sub>2</sub>/km) dans la flotte :
  - Périmètre de notre Sustainability-Linked Bond\*\*\* : 11 %
  - Périmètre des filiales en propre d'Europcar Mobility Group : 10 %
  - En incluant Euromobil : 10 %
- Pays ISO 14001 : 5
- Contribution aux objectifs de développement durable des Nations unies : 9

\*\* GMH (Green Mobility Holding): un consortium composé de Volkswagen AG, Pon Holding BV et Attestor.

\*\*\* % de véhicules verts sur le périmètre d'engagement défini dans le cadre du Sustainability-Linked Bond du Groupe (Allemagne, Belgique, Danemark, Espagne, Finlande, France, Irlande, Italie, Luxembourg, Norvège, Portugal, Royaume-Uni).

## 2 - Notre chaîne de valeur



En amont, la chaîne de valeur d'Europcar Mobility Group comprend :

- **Les fournisseurs de flotte :** constructeurs automobiles avec lesquels EMG négocie des accords pour se procurer des véhicules sur un modèle « buy back » ou « à risque », ou encore des tiers pour le modèle « on lease ».
- **Les fournisseurs hors flotte :** fournisseurs pour la construction et l'entretien de stations, opérateurs de parkings, stations-service, fournisseurs d'uniformes, stations de lavage de voitures, ateliers de réparation et de maintenance, services d'assistance informatique, services de centres d'appels, consultants, agences créatives et de médias, compagnies d'assurance... tous les services requis pour assurer un service de location quotidien à des millions de clients chaque année, ainsi que tous les processus et l'expertise nécessaires pour développer nos marques pour et auprès de nos clients.

Outre ses propres opérations, la chaîne de valeur d'EMG prend également en compte les franchisés et les partenaires. Les **franchisés et les partenaires** permettent au Groupe d'étendre sa présence mondiale, sans avoir à opérer directement dans certains pays où une expérience locale constitue l'option stratégique la plus pertinente.

**Les clients et les utilisateurs finaux** sont évidemment essentiels dans la chaîne de valeur, en aval : leur sécurité et leur satisfaction sont au cœur des performances du Groupe, et le Groupe a l'ambition de servir autant de clients que possible avec les mêmes normes élevées de qualité et de sécurité partout où il opère, avec ses filiales en propre ainsi qu'avec ses franchisés et son réseau de partenaires.

Enfin, la chaîne de valeur en aval d'EMG englobe également les canaux et marchés de distribution secondaires :

- courtiers, qui sont considérés comme un canal de distribution indirecte pour les services de location d'EMG : notre Groupe travaille avec eux sur un modèle de commission pour atteindre les clients BtoC à la recherche d'un bon rapport qualité-prix par le biais de leurs plateformes de comparaison de prix ;
- professionnels des véhicules d'occasion, qui achètent des véhicules auprès de sociétés de location pour répondre à la demande de leurs clients.

En résumé, la chaîne de valeur d'EMG est un écosystème complexe comprenant une grande variété d'acteurs, conçu pour fournir des services de mobilité à des millions de clients.

### 3 - « Commit Together » : notre programme RSE

Chez Europcar Mobility Group, nous sommes convaincus que nous pouvons jouer un rôle actif et leader dans la transition vers une mobilité à faibles émissions de carbone : offrir des solutions simples, transparentes et innovantes ainsi que des véhicules plus vertueux d'un point de vue environnemental pour répondre aux besoins des clients en matière de déplacements personnels et professionnels, de manière responsable et durable. Cette conviction est pleinement intégrée à la raison d'être du Groupe, « **We help to change the way you move** », qui découle notamment de **l'engagement de longue date du Groupe en faveur du développement durable et de la responsabilité sociale d'entreprise.**

**En 2005**, le Groupe a été le premier acteur du secteur de la location de véhicules à adhérer aux principes du Pacte mondial des Nations unies. Chaque année depuis lors, le Groupe a réaffirmé son engagement à adhérer aux dix principes - fondés sur la Déclaration universelle des droits de l'homme, la Déclaration de l'OIT, la Déclaration de Rio sur l'environnement et le développement et la Convention des Nations unies contre la corruption - et à contribuer à la réalisation de 9 des 17 objectifs de développement durable (ODD) des Nations unies.

**En 2017**, notre Groupe a mis en place une approche structurée de la Responsabilité sociale d'entreprise, avec le programme « Commit Together », afin de s'engager dans un processus d'amélioration continue dans les domaines clés du développement durable et partager ses engagements avec ses salariés et partenaires. Ce programme, qui a été approuvé par les organes de gouvernance du Groupe, a fait suite à la consultation de ses principales parties prenantes (salariés, fournisseurs, clients, investisseurs et franchisés) ainsi qu'à une analyse des impacts, des risques et des opportunités qui y sont liés.

**En 2019**, ce plan a été accéléré par le programme environnemental du Groupe : avec le lancement du programme « One Sustainable Fleet », l'adhésion d'EMG à l'initiative Science Based Targets et le lancement du plan de réduction des émissions de carbone du Groupe. Europcar Mobility Group est le premier acteur de la location de véhicules dont les objectifs de réduction des émissions de carbone ont été validés par l'initiative SBT.

« Commit Together » a été structuré autour de 4 piliers et 17 engagements :



Pilier	Convictions	Engagements
<b>Rendre la mobilité accessible</b>	<p>Nous sommes convaincus que la mobilité est un besoin essentiel pour les individus et les sociétés.</p> <p>Historiquement, notre Groupe s'est toujours efforcé de rendre la mobilité des personnes abordable et accessible. Lors de sa création, en 1949, l'objectif était d'assurer la mobilité des personnes qui n'avaient pas les moyens de posséder un véhicule, tout simplement parce qu'à l'époque, l'achat d'une voiture n'était pas à la portée de tous.</p> <p>Aujourd'hui, Mobility Group propose une gamme de produits et de services suffisamment diversifiée pour couvrir tous les besoins et budgets des clients. Grâce à nos produits et services, nous visons également à renforcer la confiance de nos clients, en appliquant les normes de sécurité les plus strictes et en ciblant un haut niveau de satisfaction client.</p> <p>En parallèle, notre Groupe développe des actions de solidarité aux côtés d'associations et d'ONG dans les pays où il est présent.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Veiller à l'accessibilité de nos offres et services</li> <li>● Proposer un service aux meilleurs standards de sécurité</li> <li>● Viser un niveau élevé de satisfaction client</li> <li>● Développer des initiatives de solidarité</li> </ul>
<b>Être un employeur responsable</b>	<p>En tant que société de services de mobilité, Europcar Mobility Group est une société « by people for people ». Nous pensons que nos performances sont étroitement liées à la diversité et à l'engagement de nos salariés, qui font vivre nos valeurs au quotidien. C'est sur ces convictions que le Groupe fonde sa responsabilité en tant qu'employeur et déploie ses efforts, tout en intégrant au fil de l'eau les</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Mettre en œuvre une gestion dynamique des ressources humaines</li> <li>● Développer une politique sociale favorisant le dialogue</li> <li>● Faire de la diversité un levier de performance du Groupe</li> <li>● Attirer les talents, les développer et accompagner la carrière des salariés</li> </ul>

	grandes mutations sociétales impactant la sphère du travail.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Mesurer et développer l'engagement des salariés</li> </ul>
<b>Agir pour l'environnement</b>	<p>De par la nature même de ses activités, notre Groupe contribue aux problèmes mondiaux d'émissions de carbone et de pollution de l'air. Mais il peut aussi faire partie de la solution. Chez Europcar Mobility Group, nous pensons que la mobilité partagée est un élément essentiel de la solution dont le monde a besoin. En effet, le principe même de la location de véhicules est de partager un actif avec plusieurs personnes, ce qui contribue finalement à diminuer le nombre de voitures sur les routes et dans les rues.</p> <p>Aujourd'hui, le Groupe souhaite conduire le changement vers une mobilité plus durable et partagée, conformément à sa raison d'être : « We help to change the way you move ». Cela signifie offrir des alternatives de plus en plus attractives à la possession d'un véhicule, que ce soit pour une heure, un jour, une semaine ou plus, grâce à l'expansion de nos services de location de voitures, d'autopartage et d'abonnement automobile.</p> <p>Mais il s'agit aussi de réduire l'empreinte carbone du Groupe, notamment en prenant des engagements forts sur le scope 3, en rendant les véhicules électriques/véhicules hybrides rechargeables accessibles à des milliers de clients particuliers et professionnels.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● S'engager à réduire les émissions de carbone (SBTi)</li> <li>● Mesurer notre empreinte carbone</li> <li>● Lancer un plan complet de réduction des émissions carbone</li> <li>● Gérer nos ressources de manière responsable</li> </ul>
<b>Partager notre éthique professionnelle</b>	<p>Nous sommes fiers de nos valeurs et nous veillons à faire vivre, au quotidien, notre éthique professionnelle, facteur clé pour renforcer confiance et fidélité de nos clients et celle de nos partenaires.</p> <p>Le Groupe souhaite renforcer l'implication de parties-prenantes, tant internes qu'externes, dans ses engagements pris dans le cadre de son Code de conduite et en intégrant de plus en plus la RSE dans ses relations d'affaires et avec les fournisseurs.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Sourcer de manière responsable</li> <li>● Exercer un devoir de vigilance</li> <li>● Lutter contre la corruption</li> <li>● Promouvoir l'éthique</li> </ul>

## Contribution de « Commit Together » aux Objectifs du Développement Durable des Nations Unies:

Commit Together	ODD	4 QUALITY EDUCATION	5 GENDER EQUALITY	6 CLEAN WATER AND SANITATION	8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH	10 REDUCED INEQUALITIES	11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES	13 CLIMATE ACTION	15 LIFE ON LAND	17 PARTNERSHIPS FOR GOALS
<b>Piliers</b>	<b>Engagements</b>									
RENDRE LA MOBILITE ACCESSIBLE	Veiller à l'accessibilité de nos offres et services									
	Proposer un service aux meilleurs standards de sécurité									
	Viser un niveau élevé de satisfaction client									
	Développer des initiatives de solidarité									
ETRE UN EMPLOYEUR RESPONSABLE	Mettre en œuvre une gestion dynamique des ressources humaines									
	Développer une politique sociale favorisant le dialogue									
	Faire de la diversité un levier de performance du Groupe									
	Attirer les talents, les développer et accompagner la carrière des salariés									
	Mesurer et développer l'engagement des salariés									
AGIR POUR L'ENVIRONNEMENT	S'engager à réduire les émissions de carbone (SBTi)									
	Mesurer notre empreinte carbone									
	Déployer un plan complet de réduction des émissions carbone									
	Gérer nos ressources de manière responsable									
PARTAGER NOTRE ETHIQUE PROFESSIONNELLE	Sourcer de manière responsable									
	Exercer un devoir de vigilance									
	Lutter contre la corruption									
	Promouvoir l'éthique									



Chaque année, depuis 2005, EMG publie sa communication sur le progrès (COP). En 2022, EMG a atteint le niveau « Avancé », le plus haut niveau de rapport, selon les normes du Pacte mondial des Nations unies et démontre l'adoption par l'entreprise d'un éventail de bonnes pratiques conformes aux principes du Pacte mondial.

## Indicateurs clés de performance « Commit Together » 2024

À titre de comparaison avec les résultats de l'an dernier, tous les chiffres excluent Euromobil.

		Résultats 2023	Résultats 2024
ENVIRONNEMENT	Émissions de gaz à effet de serre (scopes 1, 2 et 3). Méthodologie conforme au protocole des GES.	2 406 315 tCO <sub>2</sub> e*	1 979 411 tCO <sub>2</sub> e*
	Émissions moyennes de CO <sub>2</sub> e/km des véhicules	135 gCO <sub>2</sub> /km**	130 gCO <sub>2</sub> /km**
	Nombre de Filiales Pays certifiées ISO 14001	5	5
	Part des véhicules hybrides rechargeables et électriques présents dans la flotte	12 %** 10,7 %***	11 %** 10 %***
	Nombre de kilomètres parcourus par des véhicules hybrides rechargeables et électriques dans la flotte	684 millions de km	574 millions de km
	Part des véhicules lavés sans eau ni déplacement Parmi les stations participant au programme « Quick Turnaround »	13 %	10,2 %
SOCIAL	Taux de fréquence des accidents de travail	14,29	14,9
	Effectif total et répartition H/F des salariés	<b>Effectif total :</b> 8 804 <b>Femmes :</b> 3 692 <b>Hommes :</b> 5 112	<b>Effectif total :</b> 8 924 <b>Femmes :</b> 3 713 <b>Hommes :</b> 5 211
	Embauches et départs	Embauches : 2 712**** Départs : 2 812	Embauches : 2 884**** Départs : 2 959
	Total des salaires et des primes	416,2 M€	439,2 M€
	Part des salariés ayant suivi une formation au cours de l'année	94 %	89 %
	Part des salariés couverts par des accords collectifs	67 %	73 %
	Part des fournisseurs hors flotte présentant un risque moyen ou élevé (à savoir, critiques) dont les performances en matière de RSE ont été évaluées	7,2 %*****	13,3 %*****
	Net Promoter Score (NPS). Note – Le NPS de la marque Europcar est suivi historiquement comme indicateur clé de performance.	58,3	58,1

\* Hors États-Unis et Euromobil (périmètre de notre engagement SBTi)

\*\* Dans le périmètre d'engagement défini dans le cadre du Sustainability-Linked Bond du Groupe (Allemagne, Belgique, Danemark, Espagne, Finlande, France, Irlande, Italie, Luxembourg, Norvège, Portugal, Royaume-Uni)

Pour plus de détails sur les émissions moyennes par kilomètre pour les voitures et les utilitaires (vans), voir page 39

\*\*\* % de véhicules verts dans la flotte totale du Groupe, toutes filiales comprises

\*\*\*\* Le nombre total d'embauches ne comprend pas le nombre de salariés qui ont changé de statut, passant de travailleurs saisonniers/occasionnels à salariés (permanents ou non permanents)

\*\*\*\*\* Outil d'évaluation des tiers / module RSE lancé fin 2022, en cours de déploiement

Remarque : un indicateur de performance couvrant l'éthique des affaires sera développé en 2025.

# II - Déclaration en matière de durabilité

## Préambule

Étant donné que le Groupe est **toujours soumis à la « DPEF » (Déclaration de performance extra-financière)**, son document contient toujours toutes les exigences de la déclaration de performance extra-financière, conformément à la transposition en droit français de la Directive européenne du 22 octobre 2014 relative à la divulgation d'informations non financières (NFRD).

En préparation de la Directive de l'Union européenne 2022/2464 du 14 décembre 2022 en ce qui concerne la publication d'informations en matière de durabilité par les entreprises (« **Directive CSRD** ») et du Règlement délégué (UE) 2023/2772 du 31 juillet 2023 (ESRS), Europcar Mobility Group a choisi d'être proactif et d'élever son niveau de préparation à la Directive CSRD en effectuant une évaluation de double matérialité dès 2024 et en publiant les informations relatives aux enjeux de durabilité matériels identifiés par cette évaluation dans le présent document. Tout au long de l'année 2024, le Groupe s'est également préparé aux exigences de reporting concernant la taxonomie.

### Note

- L'évaluation de double matérialité publiée dans le présent document sera vérifiée par un auditeur indépendant lorsque Europcar Mobility Group sera effectivement soumis à la CSRD, selon le calendrier de mise en œuvre de la directive, qui peut être révisé dans le cadre de la réglementation Omnibus.
- En ce qui concerne la taxinomie, le Groupe a l'intention de publier sa première note sur la taxinomie lorsqu'elle sera effectivement soumise à celle-ci, en fonction du calendrier de mise en œuvre, qui peut être révisé dans le cadre de la réglementation Omnibus.

Dans les années à venir, Europcar Mobility Group entend concentrer son programme « Commit Together » sur les priorités identifiées par son évaluation de double matérialité, en structurant ses engagements RSE autour de 3 piliers (environnement, social, gouvernance), en renforçant ses pratiques existantes par le biais de politiques et d'actions et en établissant progressivement des objectifs sur chacun de ses enjeux de durabilité, afin de favoriser progrès en continue.

Cette approche souligne l'engagement d'Europcar Mobility Group à maintenir et mettre constamment à jour son engagement de longue date en faveur du développement durable et de la responsabilité sociale de l'entreprise.

## 1 – Informations générales à publier

### 1.1 Base générale pour la préparation de la déclaration relative en matière de durabilité

La déclaration en matière de durabilité du Groupe repose sur une approche de double matérialité, qui tient compte à la fois des **impacts** d'Europcar Mobility Group sur l'environnement et la société, et de l'influence des questions environnementales et sociales sur les performances de l'entreprise, traduite en terme de **risques** et d'**opportunités** liés à la durabilité auxquels le Groupe est confronté.

### 1.1.1 - Périmètre de la déclaration en matière de durabilité

Les informations présentées dans la déclaration en matière de durabilité couvrent le périmètre consolidé d'Europcar Mobility Group, incluant toutes les fonctions de services partagés et de support, ainsi que les pays dans lesquels le Groupe opère avec des filiales en propre :

- Siège social du Groupe (situé en France), Centre de services partagés (Shared Services Center (SSC), situé au Portugal), fonction Product and Tech (située en France et en Espagne) ;
- Australie, Belgique, Danemark, Finlande, France, Allemagne, Irlande, Italie, Luxembourg, Nouvelle-Zélande, Norvège, Portugal, Espagne, Royaume-Uni et États-Unis.

En octobre 2023, Europcar Mobility Group a pris une participation majoritaire de 51 % dans Euromobil GmbH.

Dans cette perspective, la déclaration en matière de durabilité couvre également l'activité d'Euromobil ; le périmètre de consolidation étant aligné sur le périmètre du reporting financier du Groupe.

La déclaration en matière de durabilité couvre la chaîne de valeur en amont et en aval du Groupe en ce qui concerne les enjeux de durabilité qui ont été identifiés comme matériels.

Les périmètres des indicateurs sont spécifiés dans la description de chaque indicateur ou dans les notes de bas de page, le cas échéant.

### 1.1.2 - Période de reporting et année de référence

La plupart des données environnementales, sociales, sociétales et de gouvernance sont publiées au 31 décembre de l'exercice clos, pour une année civile.

#### Année de référence pour l'empreinte carbone / la réduction du carbone

Dans le cadre du programme « Commit Together », 2019 est définie comme année de référence pour mesurer les progrès réalisés par rapport aux objectifs liés aux émissions de carbone. Cette année de référence a été choisie car elle correspond à l'année au cours de laquelle Europcar Mobility Group a rejoint l'initiative Science Based Target pour définir ses objectifs de réduction des émissions de carbone à l'horizon 2030.

Pour ce qui est de l'empreinte carbone, nous avons une présentation en trois volets :

- nous avons choisi de conserver l'approche isopérimétrique dans le calcul de l'évolution de notre empreinte carbone (périmètre 2019, hors États-Unis) afin de nous assurer que nous pouvons suivre les progrès réalisés par les pays historiques du Groupe ;
- en parallèle, nous publions notre empreinte carbone totale, y compris aux États-Unis (nb : le Groupe a acquis Fox Rent a Car aux États-Unis fin 2019). Elle reflète le périmètre complet actuel du Groupe (filiales en propre dans les pays) ;
- cette année, pour la première fois, nous publions également notre empreinte carbone totale, incluant Euromobil.

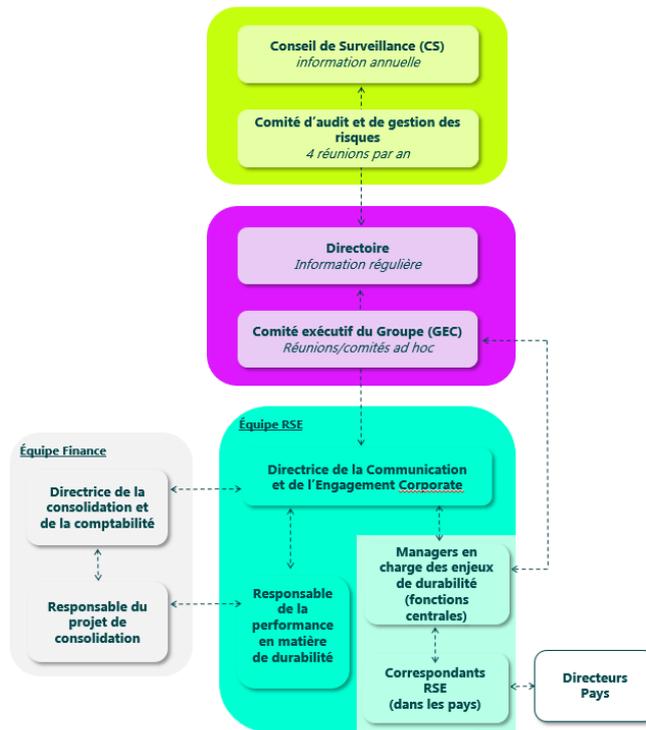
#### Année de référence pour le « verdissement » de la flotte

En septembre 2021, le Groupe a lancé une émission obligataire indexée sur des critères de durabilité (Sustainability-Linked Bond) de 500 millions d'euros pour refinancer sa flotte. L'objectif de l'émission de ces obligations était de gérer de manière proactive la dette liée à la flotte et d'introduire une incitation au « verdissement » de la flotte.

Ce cadre spécifique définissait 2021 comme son année de référence et la fin 2024 comme la date à laquelle les objectifs de performance durable devraient être atteints.

Le périmètre d'engagement de l'obligation indexée sur des critères de durabilité couvre les pays suivants : Allemagne, Belgique, Danemark, Espagne, Finlande, France, Irlande, Italie, Luxembourg, Norvège, Portugal et Royaume-Uni.

## 1.2 – Gouvernance en matière de durabilité



La gouvernance en matière de durabilité implique plusieurs organes clés :

- Le **Conseil de surveillance** reçoit annuellement des informations sur les performances extra-financières, avec une mise en évidence des points d'amélioration, tandis que le **Comité d'audit et de gestion des risques** supervise la conformité aux exigences de déclaration.
- Le **Directoire** intègre la durabilité dans la prise de décision et approuve les initiatives RSE.
  - Le Président du Directoire supervise le programme RSE, la Directrice de la Communication et de l'Engagement Corporate étant placée sous sa responsabilité.
  - Le Directeur Financier du Groupe est le sponsor de la préparation de la société aux exigences de reporting CSRD et taxonomie.
- Suite à l'évaluation de double matérialité, des enjeux de durabilité matériels ont été attribués à des **membres du Comité Exécutif du Groupe (GEC)** afin de garantir des ressources et des plans d'action appropriés.
- **L'équipe RSE en central** coordonne les efforts, élabore des directives et gère le reporting en collaboration avec **l'équipe Finance**.
- **Les managers en charge des enjeux de durabilité** supervisent la mise en œuvre, en intégrant le développement durable dans des politiques, des plans d'action et des indicateurs clés de performance.
- **Les correspondants RSE** au niveau local collectent des données, partagent les meilleures pratiques, s'assurent que les initiatives RSE et les plans d'action sont conformes aux réglementations locales.

### Contrôles internes

Le système de contrôle interne du Groupe mis en œuvre par l'équipe Risque, Audit et Contrôles internes du Groupe couvre toutes les activités du Groupe, y compris la durabilité.

Les contrôles internes d'Europcar Mobility Group sont régulièrement examinés et mis à jour pour refléter les évolutions des priorités RSE du Groupe, ainsi que les changements dans l'environnement réglementaire.

Dans le cadre de la cartographie des risques du Groupe, **les contrôles existants relatifs au « Risque RSE » sont axés sur quatre domaines :**

- intégration des changements dans l'environnement réglementaire, des tendances sociétales majeures et des conséquences du changement climatique ;
- amélioration continue du reporting extra-financier ;
- évaluation de notre chaîne de valeur selon des critères ESG ;
- renforcement de la gouvernance en matière de durabilité.

En outre, Europcar Mobility Group a mis en place **des contrôles structurés en ce qui concerne le reporting en matière de durabilité**, afin de garantir la cohérence, la fiabilité et la qualité des données extra-financières.

Le protocole de reporting définit la méthodologie de calcul des indicateurs extra-financiers du Groupe. Ce protocole de reporting :

- fournit des directives et des règles cohérentes pour toutes les entités/fonctions/équipes du Groupe impliquées dans le reporting, en termes d'organisation et de définition des indicateurs ;
- assure la continuité du processus de reporting et des informations fournies en cas de changement au sein des équipes de reporting ainsi que l'auditabilité par le tiers indépendant ;
- définit les étapes de contrôle interne requises avant la soumission finale des données, à la fois au niveau du pays et du Groupe.

Chaque année, l'équipe RSE du Groupe met à jour le périmètre de reporting en matière de durabilité, afin de refléter les évolutions du portefeuille du Groupe.

### Audit

Conformément à la réglementation applicable concernant la publication des informations relatives à la durabilité, les données et les indicateurs clés de performance de la déclaration de performance extra-financière du Groupe sont vérifiés par un vérificateur tiers indépendant (voir la section « Rapport du tiers indépendant »). Les indicateurs sont audités avec un niveau d'assurance limité.

Chaque année, l'audit est déployé en deux phases :

- à la fin du 3e trimestre > Neuf mois de données et d'indicateurs clés de performance audités dans trois pays, sélectionnés en fonction de leur taille afin de représenter au moins 20 % du périmètre des activités du Groupe ;
- au 1er trimestre de l'année de publication > Données de l'année complète et indicateurs clés de performance audités pour l'ensemble du périmètre du Groupe.

## **1.3– Intérêts et points de vue des parties prenantes**

Europcar Mobility Group collabore régulièrement avec les parties-prenantes de l'ensemble de la chaîne de valeur pour intégrer leurs intérêts et leurs points de vue dans ses efforts de durabilité.

Le dialogue avec les parties-prenantes prend différentes formes, tels que des entretiens, des enquêtes de satisfaction et des réunions.

Les points de vue des parties-prenantes ont ainsi alimenté l'évaluation de double matérialité réalisée en 2024 (en particulier s'agissant de la matérialité d'impact).

Le dialogue du Groupe avec ses parties-prenantes est décrit dans le tableau ci-dessous.

	Qui sont-ils	Types de dialogue	Leurs principaux intérêts et attentes
Personnels de l'entreprise	Salariés, représentants des salariés	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;Enquête d'opinion (enquête « Speak Up ! »)</li> <li>&gt;Réunions du comité d'entreprise (niveau Groupe, niveau pays)</li> <li>&gt;Réunions d'équipe</li> <li>&gt;Communication interne (divers canaux pour favoriser la communication descendante/ascendante : réseau social interne, bulletins d'information, événements avec sessions de questions-réponses)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;Clarification de la stratégie et des objectifs à long terme de l'entreprise + visibilité sur la manière dont les salariés peuvent y contribuer</li> <li>&gt;Informations sur les résultats/la performance de l'entreprise à long terme (sujets ayant un impact direct sur la stabilité de l'emploi et le bien-être des salariés au travail)</li> <li>&gt;Organisation du travail (heures de travail, conditions de travail)</li> <li>&gt;Considérations de santé et sécurité</li> <li>&gt;Amélioration/modernisation continue des outils, simplification des processus</li> <li>&gt;Nouvelles offres afin de mieux servir les clients/innovation</li> <li>&gt;Salaires décents</li> <li>&gt;Respect : individuel, contributions valorisées, respect de la diversité</li> <li>&gt;Conformité aux réglementations européennes et locales / éthique d'affaires</li> <li>&gt;Protection/Confidentialité des données personnelles</li> </ul>
Clients BtoC	Individus, familles	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;Étude de satisfaction client (NPS)</li> <li>&gt;Client mystère</li> <li>&gt;« Journées expérience client » avec immersion sur le terrain, séances d'écoute des clients, tables rondes avec les clients...</li> <li>&gt; Groupes de discussion ad hoc avec les clients</li> <li>&gt;Service clientèle traitant l'assistance et les réclamations clients</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;Praticité et facilité d'utilisation : les clients veulent un processus de réservation et de location simple et transparent</li> <li>&gt;Disponibilité des véhicules et accessibilité des stations</li> <li>&gt;Excellent rapport qualité-prix</li> <li>&gt;Fiabilité et qualité : véhicules bien entretenus et nettoyés</li> <li>&gt;Excellent service client : personnel convivial et serviable, assistance efficace et résolution rapide des problèmes</li> <li>&gt;Sécurité : des véhicules sûrs et sécurisés, ainsi que des options d'assurance pour couvrir les risques potentiels</li> <li>&gt;Durabilité : options plus respectueuses de l'environnement, telles que les véhicules électriques ou hybrides, et pratiques durables</li> <li>&gt;Temps d'attente réduits : procédures de retrait et de retour rapides</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;Flexibilité : possibilité de modifier et d'annuler facilement une réservation</li> <li>&gt;Transparence sur les coûts supplémentaires : informations claires et détaillées sur les frais supplémentaires (carburant, assurance, etc.) au moment de la réservation, du retrait et de la restitution du véhicule</li> <li>&gt;Expérience digitale</li> <li>&gt;Conformité aux réglementations européennes et locales / éthique d'affaires</li> <li>&gt;Protection/Confidentialité des données personnelles</li> </ul>
Clients BtoB	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;Directeurs de flotte dans les grandes entreprises</li> <li>&gt;Dirigeants de PME</li> <li>&gt;Professionnels</li> <li>&gt;Professionnels indépendants</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;Enquêtes de satisfaction client auprès des décideurs et des utilisateurs finaux (NPS)</li> <li>&gt;Groupes de discussion ad hoc</li> <li>&gt;Événements client</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;Solutions de mobilité flexibles et pratiques pour les livraisons et les déplacements professionnels</li> <li>&gt;Facilitation des politiques de voitures de société par le gain de temps et la réduction des coûts</li> <li>&gt;Véhicules électriques pour les aider à respecter leurs engagements en matière de durabilité</li> <li>&gt;Accès facile aux factures</li> <li>&gt;Conformité aux réglementations européennes et locales / éthique d'affaires</li> <li>&gt;Protection/Confidentialité des données personnelles</li> </ul>
Fournisseurs (flotte)	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;Contacts clés chez les constructeurs automobiles et les sociétés de leasing : directeurs clients, responsables de comptes/clients</li> <li>&gt;Personnel des fournisseurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;Dialogue permanent avec les constructeurs automobiles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Possibilité de promouvoir de nouveaux modèles de véhicules (principalement pour les constructeurs automobiles) et de générer des voitures de seconde main pour leurs réseaux d'occasion (uniquement pour les véhicules dits « buy back »)</li> <li>&gt;Personnel des fournisseurs : bien qu'ils n'aient aucun contact direct avec le Groupe, ils s'attendent à ce que le Groupe soit vigilant quant à la façon dont leur employeur gère ses effectifs.</li> </ul>
Fournisseurs (hors flotte)	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;Contacts clés chez les fournisseurs : directeurs de clientèle, responsables de comptes/clients, chefs de projet</li> <li>&gt;Personnel des fournisseurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;Réunions régulières autour des appels d'offres et des contrats</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;Bonnes relations à long terme, avec des délais de paiement raisonnables et la possibilité de construire ensemble des études de cas/ références</li> <li>&gt;Personnel: pour certaines catégories/services fournis, les effectifs des fournisseurs ont l'impression de faire partie du Groupe et s'attendent à ce que le Groupe soit vigilant quant à la façon dont son employeur gère ses effectifs.</li> </ul>

Franchisés et partenaires (incluant les courtiers et les OTA)	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;PDG/directeurs commerciaux des franchisés et partenaires</li> <li>&gt;Personnel des franchisés et des partenaires</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;Réunions régionales et internationales (franchisés)</li> <li>&gt;Enquêtes</li> <li>&gt;Visites sur le terrain</li> <li>&gt;Réunions d'affaires régulières (partenaires)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Bénéficiaire de flux supplémentaires de clients pour développer leur activité, grâce à l'image de marque et à la présence mondiale du Groupe</li> <li>&gt;Soutien apporté par le Groupe (p. ex. marketing, e-commerce...)</li> <li>&gt;Personnel des franchisés et des partenaires : dans la mesure où ils représentent les marques du Groupe, ils s'attendent à ce que le Groupe soit vigilant quant à la façon dont leur employeur gère ses effectifs.</li> </ul>
Partenaires financiers	Banques, investisseurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;Réunions ponctuelles</li> <li>&gt;Dialogue via la boîte aux lettres « Relations investisseurs »</li> <li>&gt;Publication de documents officiels (états financiers, états extra-financiers, rapport de gestion)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;Performance financière, qui se traduit par un retour sur investissement</li> <li>&gt;Performance extra-financière : notations ESG positives, engagement prouvé en matière de durabilité</li> <li>&gt;Conformité aux réglementations européennes et locales / éthique d'affaires</li> </ul>
Actionnaires	Green Mobility Holding	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;Réunions du Conseil de surveillance</li> <li>&gt;Assemblée générale annuelle</li> <li>&gt;Rencontre avec les salariés d'EMG</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;Conformité aux réglementations européennes et locales / éthique d'affaires</li> <li>&gt;Performance financière et extra-financière</li> <li>&gt;Création de valeur</li> <li>&gt; Leadership des équipes dirigeantes</li> </ul>
Autorités publiques	Représentants et personnel administratif élus, fédérations professionnelles, organismes de réglementation	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;Réunions en tête-à-tête avec le Directeur des Affaires Publiques du Groupe</li> <li>&gt;Conférences/événements conjoints sur la mobilité durable</li> <li>&gt;Partage des documents stratégiques</li> <li>&gt;Adhésions, présidences (p. ex., Mobilians, Association des acteurs de l'autopartage, MAAS Alliance...)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;Conformité aux réglementations européennes et locales / éthique d'affaires</li> <li>&gt; Protection/Confidentialité des données personnelles</li> <li>&gt;Contribution positive à l'impact économique, environnemental, social et sociétal</li> </ul>
Associations, ONG	Fondateurs/responsables d'associations, ONG	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;Réunions en tête-à-tête avec la Directrice de la Communication et de l'Engagement du Groupe</li> <li>&gt;Échanges via la plateforme Wenabi</li> <li>&gt;Journées portes-ouvertes au siège social du Groupe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;Soutien financier/dons</li> <li>&gt;Aide apporté par des salariés bénévoles</li> </ul>

## 1.4 – Évaluation de double matérialité

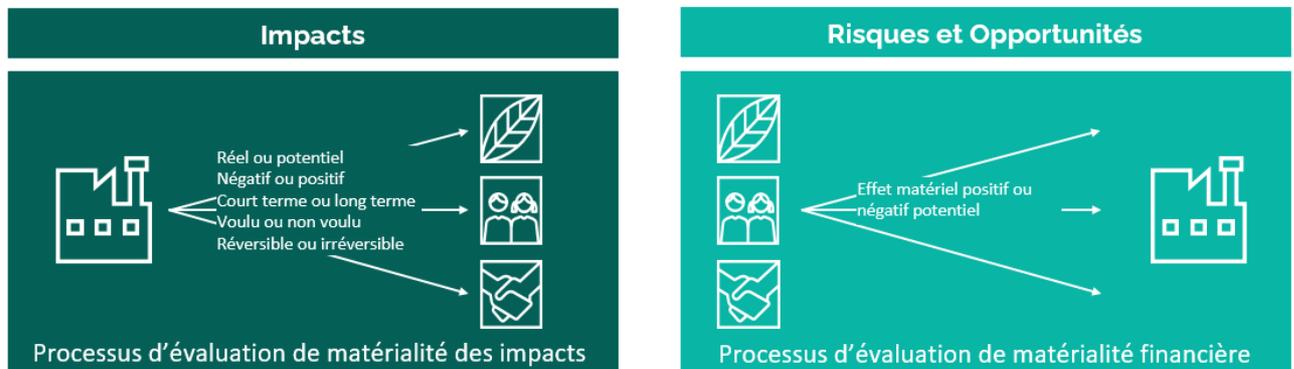
### 1.4.1. - Description des processus d'identification et d'évaluation des impacts, risques et opportunités matériels

En 2024, Europcar Mobility Group a réalisé son évaluation de double matérialité. Un cabinet de conseil externe a accompagné le Groupe dans ce processus afin de garantir la robustesse de la méthodologie.

#### Méthodologie

L'objectif de cette évaluation de la double matérialité était de croiser deux perspectives complémentaires :

- Évaluer les **impacts négatifs ou positifs** de la Société et de ses activités sur l'environnement et les personnes avec lesquelles elle travaille ;
- Évaluer les **risques et les opportunités** que représentent les questions environnementales et sociales pour l'activité de la Société.



Plus précisément, l'évaluation a suivi la méthodologie et les grilles d'évaluation appliquées par l'équipe Risque, Audit et Contrôles internes du Groupe pour la cartographie des risques du Groupe :

- Pour l'évaluation des impacts, nous avons pris en compte différentes dimensions :
  - o Sévérité de l'impact négatif ou avantages de l'impact positif
    - Echelle
    - Portée
    - Caractère irrémédiable (pour les impacts négatifs uniquement)
  - o Probabilité
- Pour l'évaluation des risques et des opportunités, nous avons également pris en compte différentes dimensions :
  - o Magnitude des effets financiers potentiels
  - o Probabilité

Enfin, nous avons pris en compte les différents horizons temporels sur lesquels les impacts et les risques/opportunités pourraient se produire (court, moyen et long terme).

L'évaluation de la matérialité a été réalisée en quatre phases :

### 1/ Analyse contextuelle

Europcar Mobility Group a effectué une analyse contextuelle à l'aide de plusieurs sources, y compris tous les sujets obligatoires de la **norme ESRS (normes européennes d'information en matière de durabilité)**. L'analyse a impliqué des recherches basées sur les derniers rapports et études relatifs à la durabilité dans les secteurs de la mobilité, du transport, de l'automobile, du voyage et des loisirs, ainsi que sur les dépendances de ces secteurs (tels que l'accès aux ressources et l'utilisation des ressources pour le secteur automobile).

L'objectif était de comprendre comment les tendances, les changements et les défis sectoriels se traduisent en impacts, risques et opportunités (IRO) pour EMG. L'accent mis sur l'Europe centrale et l'exposition de la société aux tendances mondiales en matière de voyages ont également été pris en compte lors de la sélection d'études pertinentes.

En outre, EMG a fait référence à des cadres ESG internationaux tels que la **Global Reporting Initiative (GRI)**, le **Pacte mondial des Nations unies** ainsi que les **Objectifs de développement durable (ODD)**. Les retours des **évaluations externes de durabilité** (comme celles de CDP, EcoVadis et Sustainalytics) ont également été pris en compte.

À l'issue de ce processus, l'équipe RSE d'EMG a identifié une liste d'enjeux de durabilité potentiels, d'impacts, de risques et d'opportunités (IRO), afin d'évaluer ceux qui étaient importants/matériels pour le Groupe.

### 2/ Phase d'évaluation

Sur la base d'une liste initiale d'enjeux de durabilité et d'IRO, Europcar Mobility Group a lancé une phase d'évaluation impliquant des parties-prenantes internes.

- Les participants à cette évaluation de double matérialité ont été sélectionnés en fonction de leur expertise en matière de durabilité, de leur position au sein de la société et de leur capacité à gérer les enjeux de durabilité ainsi qu'à favoriser le changement dans leurs domaines respectifs. Le processus de sélection a été effectué par des membres du GEC, facilité par des ateliers initiaux avec des responsables de fonctions clés.

Enfin, des entretiens approfondis ont été menés entre janvier et mars 2024.

### 3/ Consultation externe

Europcar Mobility Group a mené des entretiens supplémentaires avec des parties-prenantes externes pour compléter le travail des équipes internes dans l'identification des principaux enjeux de durabilité. L'objectif était de rassembler des compétences externes pour confirmer le niveau de matérialité de ces enjeux et évaluer la pertinence des politiques et plans d'action existants.

Ces parties-prenantes externes ont été invitées à donner leur avis sur les impacts potentiels ou réels d'EMG, de ses partenaires et d'autres acteurs de sa chaîne de valeur, en amont et en aval, sur l'environnement et les individus.

Les parties-prenantes ont été sélectionnées en fonction de leur expertise en matière de durabilité et de leur connaissance de secteurs tels que la mobilité, le transport, les voyages et les loisirs, l'automobile et la location de véhicules.

Les entretiens ont impliqué un groupe diversifié de parties-prenantes, notamment des clients, des fédérations professionnelles, des franchisés, des autorités publiques, instituts de recherche, constructeurs automobiles et partenaires financiers.

### 4/ Phase de validation

Les résultats des entretiens, y compris la définition finale des impacts, des risques et des opportunités (IRO) et leurs notations, ont été partagés avec chaque participant au cours de la phase d'évaluation pour revue. Après cette revue initiale, des réunions dédiées ont été organisées avec les membres du GEC impliqués dans la sélection des parties-prenantes internes. Il a été demandé aux membres du GEC d'approuver ou d'ajuster les notations proposées par leurs équipes.

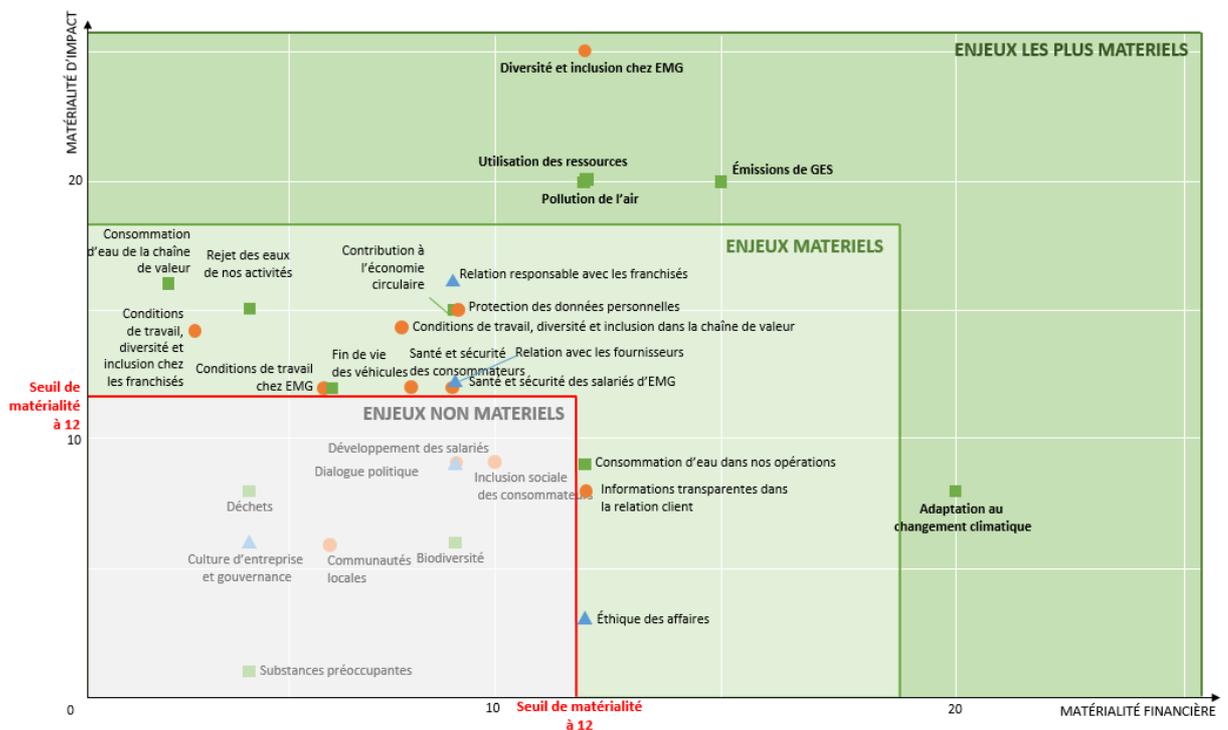
L'équipe RSE du Groupe a ensuite consolidé les résultats pour créer des scénarios pour la matrice de double matérialité. Ces scénarios ont d'abord été présentés au Directeur Financier du Groupe (sponsor de la préparation à la CSRD), puis au Comité Exécutif du Groupe pour décision finale et approbation le 9 avril 2024.

Le GEC a sélectionné un scénario avec un seuil de matérialité fixé à 12, sur une échelle de 1 à 25. Les résultats finaux, y compris la matrice de double matérialité, ont été communiqués au Comité d'audit et de gestion des risques le 4 décembre 2024.

### Résultats

Parmi la liste initiale des enjeux de durabilité, **22 ont été identifiés comme matériels pour Europcar Mobility Group**, soit du point de vue financier, soit du point de vue de l'impact, ou les deux. Ces 22 enjeux de durabilité importants sont **liés à 31 impacts, risques et opportunités (19 impacts, 12 risques ou opportunités)**.

L'illustration ci-dessous montre les enjeux de durabilité actuellement considérés comme les plus matériels, ainsi que les sujets qui ne sont pas considérés comme matériels à ce jour.



- Les « enjeux les plus matériels » sont notés entre 18 et 25. Les « enjeux matériels » sont notés entre 12 et 18. Ces enjeux sont des domaines d'action clés.
- Les « enjeux non matériels » sont notés en dessous du seuil que nous avons déterminé à 12. Bien que ces sujets soient actuellement identifiés comme non matériels, nous maintiendrons une veille pour voir si, au fil du temps, des changements dans l'environnement nous obligent à revoir notre évaluation initiale.

## 1.4.2. - Description des processus d'identification et d'évaluation des impacts, risques et opportunités matériels pour EMG

### Sujets environnementaux

#### Enjeux les plus matériels

#### **Les émissions de gaz à effet de serre et la pollution de l'air causées par l'utilisation de véhicules dans notre flotte**

Chaque année, EMG fournit des millions de jours de location, pour des millions de clients, avec une flotte importante de véhicules, équipés principalement de moteurs à combustion interne (Internal Combustion Engine (ICE)), bien que nous ayons de plus en plus de véhicules électriques à proposer. Nous sommes donc indirectement responsables de tonnes d'émissions de gaz à effet de serre, liées à l'utilisation de nos véhicules par nos clients, contribuant ainsi au changement climatique. C'est la raison pour laquelle EMG s'engage fortement en termes de réduction des émissions de carbone ; (étant le premier acteur de la location de voitures à avoir ses objectifs de réduction des émissions de carbone approuvés par SBTi).

Dans le même contexte, nos véhicules, lorsqu'ils sont utilisés par nos clients, émettent des particules fines principalement causées par le contact pneu-route, ce qui contribue à la pollution de l'air et donc à d'importants problèmes de santé publique et à des effets néfastes sur les écosystèmes.

En plus de ces deux impacts négatifs, notre analyse de double matérialité a mis en évidence le risque de coûts supplémentaires liés à l'électrification de la flotte et du réseau, ce qui pourrait devenir significatif à l'avenir si nous étions confrontés à l'imposition de quotas.

#### **Adaptation au changement climatique**

Opérant dans plusieurs pays avec un réseau dense et granulaire de stations, EMG doit s'adapter aux répercussions du changement climatique. Au cours des dernières années, le Groupe a déjà constaté les effets du changement climatique sous forme d'événements météorologiques extrêmes (inondations, vagues de chaleur, feux de forêt, ouragans) ou avec des restrictions régulières en matière d'accès à l'eau en raison de sécheresse.

Ces événements peuvent avoir un impact direct sur l'activité (ralentissement de l'activité, fermeture des stations) et potentiellement endommager nos actifs. À l'échelle mondiale, le secteur des loisirs et des voyages est exposé à des risques physiques liés au changement climatique.

En plus de ces événements, qui devraient se répéter dans les années à venir, la hausse mondiale de la température et le changement à long terme des modèles climatiques sont des facteurs à prendre en compte, dans la mesure où ils pourraient entraîner des changements dans les usages et les comportements liés aux loisirs (par exemple : aujourd'hui majoritairement orientés vers des destinations ensoleillées). L'incapacité à identifier clairement les risques physiques et à anticiper les risques de transition pourrait avoir un impact négatif sur les performances de l'entreprise, à court et à plus long terme.

En outre, l'absence de plan d'adaptation au changement climatique peut également avoir un impact sur les salariés et les clients : sur les conditions de travail, la disponibilité des services fournis, sur la santé et la sécurité, en ce qui concerne les vagues de chaleur et/ou les conditions météorologiques extrêmes.

## **Utilisation des ressources**

Les principales ressources utilisées par EMG pour fournir son service sont les véhicules. Par conséquent, EMG consomme peu ou ne consomme pas de matières premières. Toutefois, les véhicules dépendent fortement des matières premières : métaux rares, minéraux critiques. L'épuisement progressif des métaux rares et des minéraux critiques est donc un facteur que EMG ne peut pas ignorer, compte tenu des répercussions que cela peut avoir sur son approvisionnement. Ces dernières années, le Groupe a déjà dû faire face à une pénurie de silice, affectant l'approvisionnement des constructeurs automobiles en semi-conducteurs et entraînant une pénurie de nouveaux véhicules sur le marché.

Avec le développement des véhicules électriques, la demande en aluminium, nickel, cobalt, cuivre, graphite, lithium et manganèse, en particulier pour la production de batteries, est sur le point d'augmenter considérablement et rapidement. La dépendance vis-à-vis des pays producteurs est très élevée et les répercussions sur le marché automobile pourraient être considérables, avec de nouvelles pénuries et une hausse des prix des véhicules ; EMG considère ces facteurs comme des risques.

Nous constatons également un impact négatif indirect : étant donné que nous représentons une demande majeure d'approvisionnement pour les véhicules de la part des fabricants, nous prenons part à l'épuisement des ressources naturelles et à la limitation de l'accès aux ressources des communautés locales.

Enfin, nous voyons également une opportunité potentielle, en nous basant sur notre expérience lors de la récente pénurie de semi-conducteurs, à laquelle l'industrie automobile a dû faire face après la crise du COVID. La pénurie de voitures pouvant découler de ces pénuries de ressources pourrait également entraîner une augmentation de la demande de voitures de location et potentiellement, une augmentation significative des prix de location.

## Enjeux matériels

### **Gestion de l'eau**

La gestion de l'eau est depuis longtemps un sujet important pour EMG : l'eau est principalement utilisée dans les opérations de lavage de voitures, qui consomment de grandes quantités d'eau, d'énergie et de détergents, et la propreté des véhicules est au cœur de la qualité de service que nous fournissons à nos clients.

Le lavage des véhicules est effectué soit sur site dans des stations disposant de leurs propres installations (en utilisant nos propres préparateurs de véhicules ou sous-traitants externes), soit hors site dans des installations de lavage publiques ou privées externes, lorsqu'aucune option sur site n'est disponible, en faisant appel à du personnel interne ou externe en fonction des sites.

EMG a déjà fait des progrès dans la réduction de la consommation d'eau tout en tenant sa promesse à ses clients avec l'introduction du programme « Quick Turnaround », qui consiste à laver les véhicules sans eau ni déplacement, et avec la mise en œuvre de bonnes pratiques telles que l'utilisation d'eau recyclée pour le lavage.

Mais l'eau devenant une ressource de plus en plus rare, EMG devra revoir ses pratiques dans les années à venir, en tenant compte des restrictions en matière d'eau dans les régions où elle opère.

Pour renforcer son utilisation responsable de l'eau, EMG devra également étudier le rejet des eaux dans ses propres opérations et la consommation d'eau dans sa chaîne de valeur.

### **Contribution à l'économie circulaire**

Chez Europcar Mobility Group, nous pensons que la mobilité partagée est un élément essentiel de la solution dont le monde a besoin pour une transition vers une économie à faibles émissions de carbone.

En effet, la location de véhicules consiste à partager un actif avec plusieurs autres personnes, contribuant ainsi au développement du modèle d'utilisation (« une voiture, uniquement lorsque vous en avez besoin »), par opposition au modèle de la possession d'un véhicule.

En outre, Europcar Mobility Group est également actif dans la vente de voitures d'occasion, contribuant ainsi à l'économie circulaire. Une partie de la flotte de véhicules EMG se compose de véhicules dits « à risque », que nous vendons sur les marchés d'occasion après une période de détention.

Les voitures d'occasion présentant une usure mineure sont distribuées via différents canaux de remarketing, par lesquels elles peuvent atteindre principalement des clients B2B, mais aussi des clients B2C, à la recherche de prix plus abordables. Et alors que l'Union européenne encourage les initiatives plus écologiques, le marché des véhicules électriques d'occasion va probablement se développer rapidement ; les acteurs de la location de voitures étant en première ligne pour rendre ces véhicules accessibles.

### **Gestion de la fin de vie des véhicules**

Comme nous l'avons déjà mentionné, nous nous approvisionnons en véhicules par le biais de différents modèles : achat puis revente sur le marché de l'occasion (modèle « à risque »), leasing (modèle de « leasing ») auprès de tiers, contrats avec des constructeurs automobiles avec une valeur de revente garantie (modèle de « buy back »).

Pour les véhicules « à risque » : bien que les véhicules d'occasion présentant une usure mineure soient vendus sur les marchés d'occasion, les véhicules accidentés fortement endommagés, y compris ceux classés comme des pertes totales (épaves), sont vendus aux enchères sur le marché des pièces de rechange.

Si le démontage des véhicules épaves n'est pas correctement géré par les acheteurs professionnels, les véhicules en fin de vie peuvent donc avoir un impact négatif sur l'environnement : par exemple, les véhicules thermiques (ICE) en fin de vie peuvent entraîner des fuites dangereuses de carburant et d'huile, les véhicules électriques en fin de vie (PHEV, BEV) présentent des difficultés de recyclage en raison de la présence de lithium, de cobalt et d'autres matériaux rares, et une mise au rebut inadéquate peut entraîner des dommages environnementaux.

Nos processus et politiques doivent veiller à ce que nos acheteurs professionnels suivent les procédures de recyclage et de mise au rebut appropriées.

## **Sujets sociaux**

### Enjeux les plus matériels

#### **Diversité et inclusion**

Notre grande diversité d'emplois, des stations au siège social, permet une intégration professionnelle, quels que soient les antécédents et le niveau de formation. Avec plus de 90 nationalités représentées au sein de notre Groupe et une représentation équilibrée hommes/femmes au sein de notre personnel, nous sommes véritablement une « entreprise championne de la diversité », reflétant la diversité de la Société et ayant un impact positif dans ce sens.

Cependant, nous devons nous assurer que cet actif est protégé et développé comme un facteur de différenciation clé, et que notre diversité n'est pas « endommagée » par des problèmes d'inclusion (tels que la discrimination, le harcèlement, le manque d'égalité de traitement), mais que nous sommes plutôt capables de créer un environnement inclusif qui respecte nos valeurs.

## Enjeux matériels

### **Santé et sécurité des salariés d'EMG**

Même si ses activités n'engendrent a priori aucune maladie professionnelle spécifique, Europcar Mobility Group est néanmoins conscient des risques potentiels sur la santé et la sécurité, aussi bien dans les stations qu'au siège social, et des éventuels facteurs liés au travail auxquels ses salariés peuvent être exposés, quel que soit leur profil (risques psychosociaux, troubles musculo-squelettiques, froid, bruit, etc.).

Les 2/3 des salariés d'EMG travaillent dans les stations : soit en contact direct avec les clients au comptoir, soit en base arrière dans les zones de maintenance ou dans les parkings. La station est par définition un environnement présentant plusieurs contraintes et facteurs générant des risques à la fois pour la sécurité et la santé physique : l'incivilité des clients créant du stress, la nature glissante des sols en base arrière liée aux opérations de nettoyage des véhicules, le déplacement des véhicules... Dans l'ensemble, le Groupe souhaite agir pour la sécurité et la santé de ses salariés partout où il exerce ses activités, avec pour ambition de maintenir des taux faibles quant à la fréquence et à la gravité des accidents du travail.

### **Conditions de travail chez EMG**

En raison de sa dimension internationale, le Groupe doit se conformer à des législations locales nombreuses et variées en matière de droit du travail, qui sont souvent plus contraignantes que les directives de l'Organisation Internationale du Travail que le Groupe respecte de fait.

Au-delà du strict respect des lois sur le travail, le Groupe gère de manière proactive les contraintes sociales spécifiques à son environnement opérationnel.

Le Groupe étant présent dans les aéroports, les gares et les parkings publics des centres-villes, c'est-à-dire dans des zones et installations dont il n'est pas propriétaire, il est confronté à des contraintes et des dépendances dans le maintien et l'amélioration des conditions de travail de ses salariés dans les gares. L'espace, la propreté, le bruit, la température et le matériel à disposition sont quelques-uns des principaux domaines d'attention, ainsi que les outils/applications informatiques et les uniformes, qui sont considérés comme des supports essentiels pour la prestation quotidienne de services.

Les conditions de travail font partie du dialogue social transparent et constructif que le Groupe souhaite avoir avec les représentants de ses salariés.

### **Conditions de travail, diversité et inclusion dans la chaîne de valeur (chez les fournisseurs et les franchisés)**

La chaîne de valeur de la location de véhicules est complexe et comprend une grande variété de fournisseurs, dont certains exigent un niveau élevé d'intensité physique ou mentale de la part de leurs salariés. Pour ses opérations, EMG travaille par ailleurs avec un grand nombre de fournisseurs et gère un grand nombre de relations contractuelles (environ 20 000 fournisseurs hors flotte, plus de 300 fournisseurs de flotte).

Dans cette optique, EMG doit s'assurer que ses fournisseurs répondent à ses normes en termes de conditions de travail, de diversité et d'inclusion, en les évaluant sur ces critères, quelle que soit leur activité. Cette approche d'approvisionnement responsable est essentielle car la chaîne de valeur reflète l'éthique et les valeurs du Groupe. Enfin, cette approche ouvre la voie aux exigences de la prochaine législation (CS3D).

En ce qui concerne les fournisseurs hors flotte, EMG a spécifiquement identifié les secteurs qui doivent être systématiquement évalués sur des critères sociaux (conditions de travail, santé et sécurité, égalité de traitement...): par exemple, centres d'appels, stations de lavage de voitures, services de réparation et d'entretien, services de nettoyage, transport et déplacement de véhicules, petits cadeaux et fournisseurs d'uniformes.

La même vigilance doit s'appliquer aux franchisés d'EMG.

Comme nous l'avons déjà mentionné, le secteur de la location de voitures implique diverses activités qui exposent les salariés à un certain nombre d'impacts négatifs potentiels en raison de conditions de travail potentiellement dégradées. En ce qui concerne nos franchisés, certains d'entre eux opèrent dans des pays où des situations potentielles de discrimination et/ou de harcèlement peuvent émerger.

Les franchisés d'EMG gèrent de manière indépendante leur main-d'œuvre, ainsi que leur flotte et leurs fournisseurs, et EMG ne peut pas interférer avec leurs opérations.

Toutefois, EMG considère qu'il doit exercer son devoir de vigilance envers ses franchisés : cela signifie que les salariés des franchisés doivent être en mesure d'exercer leurs activités dans des conditions appropriées, conformément aux normes du Groupe en termes de conditions de travail et de diversité et d'inclusion, et qu'il incombe au Groupe de prévenir et d'atténuer tout impact négatif potentiel susceptible d'affecter les salariés des franchisés.

### **Santé et sécurité des consommateurs**

En tant que fournisseur de services de mobilité, il est essentiel pour EMG de comprendre les situations que ses clients peuvent rencontrer lors de leur location pouvant affecter leur santé et leur sécurité.

Les clients qui louent des véhicules pour des vacances ou pour des raisons professionnelles peuvent être moins familiarisés avec la maîtrise du véhicule et les réglementations locales en matière de conduite. Ils peuvent conduire dans des endroits inconnus et être soumis à des contraintes de temps. Ils peuvent également être confrontés à des problèmes d'entretien des véhicules ou à une fatigue accrue liée à la conduite : toutes ces situations augmentent le risque d'accidents ou de mauvaise utilisation des véhicules.

Les considérations relatives à la santé et à la sécurité des clients nécessitent des stratégies de gestion des risques sur mesure pour répondre à des besoins et circonstances spécifiques : de la pédagogie et l'assistance délivrées aux clients à la désinfection des véhicules, des réparations et entretiens réguliers des véhicules au rappel des véhicules défectueux.

### **Informations transparentes dans la relation client**

EMG est une entreprise « by people for people » dont les performances sont étroitement liées à la satisfaction des clients. Dans cette optique, le Groupe s'efforce constamment d'améliorer l'expérience client, l'un des éléments clés de la stratégie du Groupe.

La location de véhicules implique de confier à un client un actif coûteux pendant toute la durée de la période de location, au cours de laquelle il peut être confronté à de nombreux événements imprévus.

Les informations transparentes sur les conditions générales du contrat, ainsi que tout au long de l'expérience de location, sont donc absolument essentielles et constituent la base de la satisfaction du client.

Le non-respect de ce besoin et de cette attente de base est considéré comme un risque par EMG. C'est pourquoi nous nous engageons à minimiser le risque d'informations erronées, à développer la confiance et à renforcer notre relation avec nos clients grâce à des informations précises et fiables.

## Thèmes de gouvernance

### Enjeux matériels

#### **Éthique professionnelle**

L'éthique professionnelle est un sujet clé pour EMG, compte tenu de l'exposition potentielle aux pots-de-vin, à la corruption et aux pratiques anti-concurrentielles dans le secteur de la location de véhicules, et étant donné la présence mondiale du Groupe.

Les risques de corruption et de versement de pots-de-vin ne sont pas spécifiques au secteur de la location de véhicules, tandis que les pratiques anti-concurrentielles sont un domaine de dérive potentiel, étant donné que les prix de location quotidiens sont le résultat de la dynamique du marché (offre et demande) et sont très sensibles à la concurrence.

Les pratiques contraires à l'éthique, la corruption et le versement de pots-de-vin peuvent avoir un impact considérable sur notre réputation et nos performances financières. Ils peuvent entraîner des sanctions légales, des pertes financières et des dommages aux marques. Le fait de ne pas gérer ces risques pourrait non seulement perturber notre activité, mais également nuire considérablement à la réputation et à l'intégrité de l'entreprise.

#### **Protection des données**

L'activité d'EMG implique un grand nombre de réservations nécessitant des données personnelles de clients. EMG gère également les données des salariés et des fournisseurs. Le Groupe est soumis à des réglementations strictes, telles que le RGPD en Europe.

Tous ces éléments expliquent pourquoi les considérations relatives à la protection et la confidentialité des données figurent parmi les priorités d'EMG, et pourquoi la protection des données est la pierre angulaire de l'engagement de notre Groupe en matière de pratiques commerciales éthiques et de confiance des clients.

Par conséquent, il est essentiel pour EMG de mettre en place des mesures robustes de confidentialité et de cybersécurité pour protéger ces données, non seulement pour se conformer aux réglementations, mais également pour gérer de manière proactive ces risques.

#### **Relations responsables avec les fournisseurs et les franchisés**

Qu'il s'agisse des achats liés à la flotte ou des achats hors flotte, le Groupe sollicite un grand nombre de fournisseurs et de contractants, et veille à ne pas être exposé au risque de dépendance à l'égard de quelques fournisseurs d'importance stratégique, comme en témoigne la taille de sa base de fournisseurs.

D'autre part, nous souhaitons mettre en place et maintenir une relation responsable avec nos fournisseurs, ce qui suppose d'appliquer un ensemble d'orientations, de politiques et de procédures pour gérer cette relation à chaque étape, contribuant ainsi à la stabilité financière de nos fournisseurs et évitant toute situation de dépendance à notre égard.

En ce qui concerne les relations avec les franchisés, les défis sont différents : l'objectif commun d'EMG et de ses franchisés est de développer des relations mutuellement bénéfiques et fructueuses, grâce au soutien approprié fourni par le Groupe pour le développement des activités des franchisés.

### 1.4.3 - Présentation des impacts, risques et opportunités importants pour EMG

IRO=Impacts, Risques, Opportunités

Normes ESRS	ENJEU DE DURABILITÉ	TYPE D'IRO	IRO
E1 - Changement climatique	Émissions de GES	IMPACT NÉGATIF	Contribution des activités d'EMG au changement climatique
		RISQUE	Coûts plus élevés liés à l'électrification de la flotte et du réseau
	Adaptation au changement climatique	RISQUE	Baisse de volume entraînant une perte de revenus liés aux jours de location, en raison d'un mauvais positionnement et dimensionnement des stations (par exemple, dans des zones fortement touchées par le changement climatique ou par l'évolution des comportements en matière de transport aérien).
		RISQUE	Coûts liés à la détérioration de l'équipement et de la flotte en raison d'événements météorologiques extrêmes (tornades, tempêtes, longues vagues de chaleur, etc.) et d'un emplacement non adapté des stations (immersion)
		RISQUE	Les coûts ou les amendes liés aux réglementations reflétant l'évolution à long terme des tendances climatiques (électricité, restrictions d'eau...)
E2 — Pollution	Pollution de l'air	IMPACT NÉGATIF	Mise en danger des écosystèmes en raison de l'utilisation/la libération de polluants dans l'air
		IMPACT NÉGATIF	Danger pour la santé (maladie, blessure, mort) des personnes en raison de la libération de polluants dans l'air
E3 — Ressources hydriques et marines	Gestion de l'eau	IMPACT NÉGATIF	Évacuation des eaux : détérioration de la qualité de l'eau pour les populations locales, suite à l'utilisation de l'eau par les opérations d'EMG (utilisation d'eau dans le lavage de voitures, dans les parkings, les bureaux, les stations)
		IMPACT NÉGATIF	Consommation d'eau dans la chaîne de valeur : utilisation excessive des ressources par les opérations de la chaîne de valeur d'EMG (utilisation d'eau pour le lavage de voiture, les constructeurs automobiles, etc.) contribuant à la dégradation de la nature ainsi qu'à la limitation de l'accès à l'eau par les communautés locales (considéré comme une ressource rare)
		RISQUE	Consommation d'eau dans le cadre des activités propres d'EMG dans un contexte de restriction de l'eau : dégradation de la propreté des véhicules, entraînant une baisse de la qualité du service et le mécontentement des clients.
E5 — Utilisation des ressources et économie circulaire	Utilisation des ressources	IMPACT NÉGATIF	Épuisement des ressources naturelles : utilisation de ressources rares pour la fabrication automobile contribuant à la dégradation de la nature ainsi qu'à la limitation de l'accès aux ressources par les communautés locales
		RISQUE	Arrêt de la vente pour EMG en raison d'une interruption de la production chez les constructeurs automobiles
		OPPORTUNITÉS	Rareté des véhicules entraînant une hausse des prix d'achat, mais également des prix de location plus élevés (dans un contexte de faible offre/forte demande)
	Partage et économie circulaire	IMPACT POSITIF	Contribution à l'économie circulaire via la vente de voitures d'occasion sur le marché de l'occasion.
	Véhicules en fin de vie	IMPACT NÉGATIF	Déchets indirectement générés par la fin de vie des véhicules (à risque), entraînant des dommages potentiels à la planète.
S1 — Personnel de l'entreprise	Diversité et inclusion	IMPACT POSITIF	Capacité à recruter, quels que soient les qualifications, les antécédents, les origines sociales, etc. dans les stations (2/3 du Groupe), favorisant ainsi l'inclusion sociale et professionnelle

		<b>IMPACT NÉGATIF</b>	Le non-respect des principes et réglementations en matière de diversité et d'inclusion à l'égard des salariés d'EMG, y compris : discrimination à l'encontre de communautés/catégories spécifiques, harcèlement moral ou sexuel sur le lieu de travail, inégalité de traitement entre les hommes et les femmes
		<b>OPPORTUNITÉS</b>	Capacité à différencier EMG des autres entreprises en raison de sa main-d'œuvre diversifiée et locale
	<b>Santé et sécurité</b>	<b>IMPACT NÉGATIF</b>	Mise en danger de l'intégrité physique et de la santé mentale des salariés et sous-traitants d'EMG en raison de mauvaises conditions de travail : - maladie professionnelle, blessure, décès, - impacts psychologiques et moraux, réduction de la motivation/de l'engagement/de l'efficacité. Peut également entraîner une perte de salaire et une insécurité économique pour les salariés d'EMG en raison d'interruptions de travail.
	<b>Conditions de travail</b>	<b>IMPACT NÉGATIF</b>	Des conditions de travail inadaptées peuvent mettre en danger la santé générale des salariés d'EMG, ce qui peut également avoir des conséquences individuelles sur le salarié et avoir un impact potentiel sur sa famille.
S2 – Travailleurs de la chaîne de valeur	<b>Conditions de travail dans la chaîne de valeur</b>	<b>IMPACT NÉGATIF</b>	Mise en danger de l'intégrité physique et de la santé mentale des salariés de la chaîne de valeur d'EMG en raison de mauvaises conditions de travail : - maladie professionnelle, blessure, décès, - impacts psychologiques et moraux, - réduction de la motivation/de l'engagement/de l'efficacité. Peut également entraîner une perte de salaire et une insécurité économique pour les salariés de la chaîne de valeur d'EMG en raison d'interruptions de travail.
	<b>Diversité et inclusion dans la chaîne de valeur</b>	<b>IMPACT NÉGATIF</b>	Mise en danger de l'intégrité morale ou physique des salariés de la chaîne de valeur d'EMG pour les raisons suivantes : - discrimination à l'encontre de communautés spécifiques - harcèlement moral ou sexuel sur le lieu de travail - inégalité de traitement entre les hommes et les femmes Peut également entraîner une réduction de la motivation/de l'engagement/de l'efficacité des salariés de la chaîne de valeur d'EMG.
	<b>Conditions de travail chez les franchisés</b>	<b>IMPACT NÉGATIF</b>	Mise en danger de l'intégrité physique et de la santé mentale des salariés des franchisés d'EMG en raison de mauvaises conditions de travail : - maladie professionnelle, blessure, décès, - impacts psychologiques et moraux, - réduction de la motivation/de l'engagement/de l'efficacité. Peut également entraîner une perte de salaire et une insécurité économique pour les salariés des franchisés d'EMG en raison d'interruptions de travail.
	<b>Diversité et inclusion chez les franchisés</b>	<b>IMPACT NÉGATIF</b>	Mise en danger de l'intégrité morale ou physique des salariés des franchisés d'EMG pour les raisons suivantes : - discrimination à l'encontre de communautés spécifiques - harcèlement moral ou sexuel sur le lieu de travail - inégalité de traitement entre les hommes et les femmes Peut également entraîner une réduction de la motivation/de l'engagement/de l'efficacité des salariés des franchisés d'EMG.
S4 – Consommateurs et utilisateurs finaux	<b>Santé et sécurité des consommateurs</b>	<b>IMPACT NÉGATIF</b>	Mise en danger de l'intégrité physique des clients en raison d'un manque de sécurité pour les clients (mauvaise préparation, mauvais entretien, absence de décision d'arrêt de vente, manque d'informations fournies aux clients, etc.)
	<b>Informations transparentes</b>	<b>RISQUE</b>	Manque d'informations transparentes dans la relation client > engagement de la responsabilité d'EMG et/ou détérioration de la réputation, entraînant une perte de confiance des parties prenantes et des pertes sur le marché.

	<b>dans la relation client</b>		
G1 – Conduite des affaires	<b>Protection des données</b>	RISQUE	Non-respect des obligations relatives à la protection des informations personnelles/du RGPD pouvant entraîner des amendes/infractions
		RISQUE	Impacts négatifs sur l'activité et la prestation de services (retards, perte d'efficacité, interruption des systèmes informatiques, etc.) en raison de violations de données ou d'incidents concernant la confidentialité (perte de consentements...)
	<b>Éthique professionnelle</b>	RISQUE	Perturbation de la continuité des activités (retards, perte d'efficacité, affaires juridiques, représailles de parties prenantes mécontentes, etc.) en raison de pratiques commerciales contraires à l'éthique.
	<b>Relations avec les fournisseurs</b>	IMPACT NÉGATIF	Instabilité économique pour les fournisseurs en raison de leur dépendance à EMG (pression sur les prix, pratiques en matière de paiement imposées, etc.).
	<b>Relations avec les franchisés</b>	IMPACT POSITIF	Prise en charge efficace d'EMG pour le développement des activités des franchisés.

## 2 – Informations environnementales

### 2.1 - Changement climatique et pollution (normes ESRS E1, ESRS E2)

Cette section traite des enjeux de durabilité matériels pour EMG ci-dessous :

- Émissions de GES/CO2 → norme ESRS E1
- Pollution de l'air → norme ESRS E2
- Adaptation au changement climatique → norme ESRS E1

#### 2.1.1 – Stratégie liée à la réduction des émissions de carbone et à l'atténuation de la pollution atmosphérique

Après avoir adhéré à l'initiative Science Based Targets en 2019 et soumis ses objectifs de réduction en 2021, le Groupe a défini et lancé un plan systémique de **réduction des émissions de carbone**.

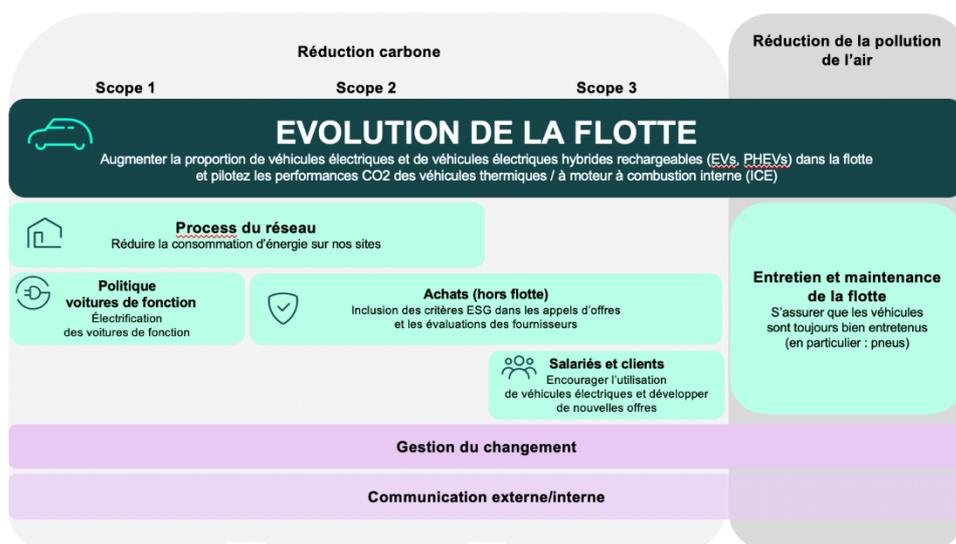
Ce plan comprend plusieurs leviers pour réduire les émissions carbonées de l'entreprise, parmi lesquels le pilotage des émissions de carbone de notre flotte, qui est notre principal levier :

- le Scope 3 est prédominant dans l'empreinte carbone du Groupe, représentant environ 95 % des émissions totales du Groupe. Dans le Scope 3, **l'utilisation de notre flotte par nos clients l'emporte sur les autres sources d'émissions**, ce qui représente environ 90 % de notre Scope 3 ;
- par conséquent, si nous voulons réduire considérablement nos émissions de CO2, notre levier principal consiste à offrir à nos clients une flotte de plus en plus « légère en CO2 » afin qu'ils puissent conduire de manière durable et avec moins d'impact sur l'environnement.

Le plan a ensuite été complété en 2024 par des leviers pour l'atténuation de la pollution de l'air, devenant ainsi notre **plan de réduction des émissions de carbone et des polluants**.

En effet, nous considérons que la pollution de l'air à laquelle notre Groupe contribue a la même origine que nos émissions de GES, à savoir l'utilisation de véhicules par nos clients, et nous pouvons activer un levier commun pour limiter notre impact : l'introduction des « meilleurs véhicules possibles » dans notre flotte en termes d'émissions de CO2, mais aussi d'émissions de NOx, de CO et de PM.

#### Plan de réduction des émissions de carbone et des polluants du Groupe



## Évolution de la flotte

Toutes les actions nécessaires pour soutenir l'évolution du profil des véhicules de notre flotte constituent clairement nos principaux leviers pour réduire les émissions de carbone.

Depuis la fin de l'année 2019, notre Groupe déploie son programme « One Sustainable Fleet », qui vise à augmenter la proportion de véhicules électriques au sein de notre flotte. Le programme a été adapté en 2024 pour nous assurer que nous nous approvisionnons également en véhicules thermiques selon les normes les plus strictes en matière d'efficacité carbone (c'est-à-dire avec les dernières versions des moteurs, répondant ainsi aux normes les plus récentes en matière de consommation de carburant et d'émissions de CO<sub>2</sub>).

Cette ambition se traduit par une feuille de route comprenant des objectifs de réduction du CO<sub>2</sub> à atteindre pour l'activité liée à la flotte, au niveau du Groupe et dans les pays.

Le programme « One Sustainable Fleet » ne se limite pas à l'achat de véhicules moins émetteurs de CO<sub>2</sub>. Le programme comprend également :

- l'équipement de nos stations en infrastructures de recharge ;
- les partenariats avec les opérateurs de recharge pour faciliter :
  - o la recharge dans les stations entre chaque location (en cas de périodes de pointe),
  - o la recharge lors des déplacements de nos clients (par le biais de partenariats avec des fournisseurs de recharge « on the go » tels que Shell Recharge Solutions).

## Process du réseau

Le Groupe s'efforce, à travers l'ensemble de son réseau, de limiter l'impact de certains processus opérationnels qui sont par définition émetteurs de carbone.

Dans cette perspective, nos stations sont encouragées à réduire les déplacements de véhicules non générateurs de revenus, c'est-à-dire les déplacements associés au nettoyage des véhicules ou autres déplacements associés aux opérations des stations.

Plusieurs pays ont ainsi adopté le programme « Quick Turnaround » afin de laver les véhicules sans eau ni déplacement. Ce programme permet non seulement d'économiser l'eau et d'optimiser la préparation des véhicules, mais aussi d'éviter le déplacement des véhicules, réduisant ainsi la consommation de carburant et les émissions de CO<sub>2</sub>.

En outre, nos activités dans les pays sont également encouragées à s'approvisionner auprès de fournisseurs d'énergies renouvelables pour leurs achats d'électricité et à faire des choix intelligents en termes de consommation d'électricité (par exemple, l'éclairage LED).

## Entretien et maintenance des véhicules

Pour réduire la pollution des véhicules (NO<sub>x</sub>, CO, PM), nous avons deux leviers :

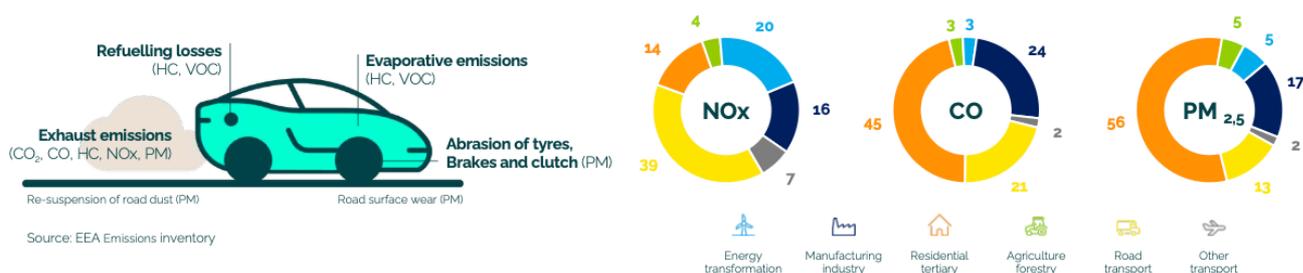
- **L'achat de véhicules peu émissifs et moins polluants** ce qui signifie :
  - o acheter des véhicules « propres » (EVs, hydrogène) qui n'émettent pas de NO<sub>x</sub>, CO, PM,
  - o ou acheter des véhicules équipés des dernières versions de moteurs respectant les normes européennes, car les constructeurs automobiles améliorent année après année les performances des véhicules dans ce sens (nb : les constructeurs automobiles mettent en œuvre des filtres de post-combustion, tels que les filtres à particules, les systèmes catalytiques).

Dans tous les cas, nous abordons la réduction de la pollution dans le cadre de notre plan de réduction des émissions de CO<sub>2</sub>, en tenant compte des profils des véhicules en termes de motorisation :

- o émissions de CO<sub>2</sub> du « pire au meilleur profil » : essence - diesel - hybride - hybride rechargeable - EV
- o émissions de NO<sub>x</sub>, CO, PM du « pire au meilleur profil » : diesel - essence - hybride - hybride rechargeable – EV

- **Le bon entretien de nos véhicules dans la flotte, afin de limiter l'usure des pneus, des freins et de l'embrayage.**
  - o Certaines études montrent que plus de 50 % de la pollution découlant des particules de carbone provient de l'usure des pneus (source : ADEME)
  - o Les pneus et les plaquettes de frein sont au centre de l'attention du Groupe. Les véhicules de location sont utilisés de manière intensive, ce qui accélère l'usure des pneus et des freins (en particulier les pneus).
  - o Maintenir les pneus en bon état signifie les maintenir correctement gonflés pour limiter l'usure (un sous-gonflage entraîne une augmentation de 25 % de l'usure).

#### Automotive industry partly contributes to air pollution by NOx, CO and PM



#### Achats (hors flotte)

Ce levier est principalement activé dans deux directions : dans l'évaluation de nos fournisseurs et partenaires en fonction de critères ESG, notamment grâce à la base de données EcoVadis, et dans la préférence donnée aux fournisseurs qui sont localisés dans les régions/zones où nous opérons directement pour éviter autant que possible les émissions de CO<sub>2</sub> liées au transport de marchandises.

#### Politique voitures de fonction

Notre Groupe considère que les salariés doivent « joindre le geste à la parole » lorsqu'il s'agit de réduire les émissions de carbone et encourager la mobilité durable.

Dans cette optique, les voitures de fonction proposées à nos salariés sont de plus en plus des véhicules hybrides, hybrides rechargeables ou électriques. Tous les cadres disposant d'une voiture de fonction dans leur accord de rémunération sont encouragés à opter pour un véhicule peu polluant.

Certaines initiatives locales ont été mises en œuvre pour soutenir cette transition. À titre d'exemple :

- En Allemagne, tous les salariés ayant droit à une voiture de fonction sont limités dans leur usage d'un véhicule à combustion interne (ICE) : un maximum de 60 jours et pas plus de 5 fois par an.
- Au Royaume-Uni, un partenariat avec CBVC Vehicle Management a été mis en place pour encourager les salariés disposant d'une voiture de fonction à passer à l'électrique, ainsi près de 80 % des voitures de fonction sont désormais électriques. En outre, les salariés du siège bénéficient d'une assistance sur la moitié des coûts d'installation de bornes de recharge à domicile. Quant aux salariés dans les stations, ils peuvent bénéficier de la recharge de véhicules électriques sur site ou d'une carte de recharge de véhicule électrique (VE) que les conducteurs peuvent utiliser pour la recharge hors site.
- En Espagne, les véhicules électriques sont inclus dans les marques et les modèles des véhicules de fonction. De plus, certains salariés (directeurs et autres salariés au Portugal) bénéficient d'une subvention de la Société pour leur charge électrique.
- Au siège d'EMG à Paris, les salariés ont accès à plusieurs stations de recharge dans le parking du bâtiment.

## **Salariés et clients**

Notre Groupe est convaincu que la location de véhicules est un excellent moyen pour les clients de découvrir la mobilité électrique. C'est pourquoi nous mettons tout en œuvre pour augmenter le taux d'utilisation de nos véhicules électriques dans la flotte.

Nos efforts commencent avec nos salariés : l'objectif que nous poursuivons année après année est de familiariser les salariés en contact avec les clients avec les caractéristiques spécifiques des véhicules électriques et hybrides rechargeables afin qu'ils puissent faire des recommandations et conseiller les clients.

Dans le même temps, nous nous engageons à développer des offres attractives pour nos clients comprenant un large choix de véhicules électriques. Par exemple, notre offre d'abonnement myEuropcar comprend des véhicules thermiques ainsi que des modèles de véhicules électriques parmi les plus récents et attractifs.

En outre, nos équipes marketing locales organisent régulièrement des essais de conduite pour les clients B2B et B2C afin d'accélérer l'adoption de la mobilité électrique dans les pays où nous opérons et de promouvoir les véhicules électriques par le biais de campagnes marketing, tout en veillant à ce que « green-washing » soit une ligne rouge à ne pas franchir.

## **Gestion du changement**

L'adaptation de la société aux défis décrits ci-dessus est soutenue par un certain nombre d'actions et de mesures :

- un programme de formation spécifique\* pour les salariés des stations (via 10 modules de formation en ligne et formation sur site, comme mentionné ci-dessus) ;
- de nouveaux KPI spécifiques pour mesurer les performances (état du CO2, part des VE, taux d'utilisation des VE, taux de conversion VE, etc.) ;
- des champions ad hoc des véhicules électriques et des comités pour adapter les outils et les processus ;
- un « set » d'équipements pour les stations pour accompagner les véhicules électriques : bornes de recharge, partenariat pour accéder à des chargeurs supplémentaires, signalisation spécifique, équipements de protection individuelle adaptés ;
- le support du département Transformation et du département d'Audit du Groupe pour contrôler le déploiement dans chaque station ;
- enfin, des outils pour favoriser l'adoption par les clients : guide pour véhicules électriques, carte de recharge et facturation claire.

*\* En plus de former les salariés des stations sur les caractéristiques spécifiques des véhicules électriques et hybrides rechargeables, le Groupe vise également à sensibiliser les salariés au changement climatique et à ses conséquences.*

*Le principal outil utilisé par le Groupe est la Fresque du climat, un outil qui a été déployé de manière proactive auprès des salariés du siège social et des salariés appartenant à l'équipe de Direction du Groupe au cours des dernières années*

Le Groupe considère également que la réduction des émissions de carbone est une transition qui doit être accompagnée d'investissements, si possible soutenus par des instruments financiers durables et des subventions.

## **Investissements**

Nous investissons dans l'augmentation de la capacité du réseau et les installations de bornes de recharge dans nos stations. En outre, nous prenons en charge les installations de bornes effectuées par les propriétaires de parkings via les frais de stationnement mensuels qui nous sont facturés.

### **Finance durable**

En septembre 2021, notre Groupe a lancé une émission obligataire indexée sur des critères de durabilité (« Sustainability-Linked Bond », SLB) de 500 millions d’euros pour refinancer sa flotte sur la base de critères de « verdissement de la flotte ». Consultez nos objectifs de performances durables et nos indicateurs liés aux SLB – page 40.

Le périmètre d’engagement couvrait les pays suivants : Allemagne, Belgique, Danemark, Espagne, Finlande, France, Irlande, Italie, Luxembourg, Norvège, Portugal et Royaume-Uni. Vigeo Eiris, filiale de Moody’s, a fourni une « Second Party Opinion » pour cette opération, évaluant la pertinence des indicateurs de performance durable choisis par le Groupe ainsi que le caractère ambitieux des objectifs associés, les notant tous les deux « Advanced ».

Cette émission obligataire était une première pour Europcar Mobility Group et la première du genre dans le secteur de la location de véhicules.

### **Subventions**

Nous sommes convaincus que notre Groupe peut jouer un rôle dans l’accélération de l’adoption de la mobilité électrique : proposer des véhicules électriques sur un mode « essayer avant d’acheter », offrir des bornes de recharge aux conducteurs de véhicules électriques, mettre sur le marché d’occasion des véhicules électriques abordables, etc. Quand et où cela est possible, notre Groupe demande un financement public et vise à conclure des accords avec le secteur public afin de bénéficier d’un soutien financier pour équiper notre réseau de stations d’une infrastructure de recharge.

- Par exemple : en 2024, EMG en Australie a obtenu le soutien d’ARENA (Agence australienne pour les énergies renouvelables) grâce à un financement de 4,76 millions de dollars pour soutenir les équipements de nos 41 sites avec 256 chargeurs, ce qui facilitera le déploiement d’environ 3 100 véhicules de location électriques supplémentaires au cours des trois prochaines années.
- Plus globalement, nous cherchons à bénéficier de tous les programmes de primes locaux sur l’achat de véhicules électriques ou sur les installations de bornes de recharge (comme le programme ADVENIR en France).

### **Communication (interne/externe)**

Le Groupe communique régulièrement en interne et en externe sur l’avancement de son plan, ses notations ESG et le rôle joué par chaque Fonction dans ces réalisations.

## **2.1.2 – Politiques relatives à la réduction du carbone et à la pollution de l’air**

<b>POLITIQUE</b>	<b>Description du contenu clé de la politique</b>
Code de Conduite du Groupe	Le Code de Conduite décrit les responsabilités des salariés d’EMG, notamment en ce qui concerne les questions environnementales ainsi que les attentes en matière de protection de l’environnement. L’accent est mis sur les actions de réduction du carbone.
Directives relatives au budget de la flotte, y compris les directives en termes de CO2 pour chaque pays	Le document comprend les objectifs de réduction de CO2 par pays, entre autres. La méthodologie est décrite dans la feuille de route de décarbonation de la flotte.
Politiques sur les voitures de fonction	Les politiques sur les voitures de fonction comprennent une grande sélection de véhicules électriques pour encourager les salariés à choisir cette motorisation lorsqu’ils choisissent une voiture de fonction.

Charte pour le marketing des EV et Guide anti « green washing »	Un document spécifique a été développé pour guider les experts en communication et marketing en ce qui concerne la promotion des véhicules électriques et la façon d'éviter le « green washing »
---	--

### 2.1.3 – Actions liées à la réduction des émissions de carbone et à la pollution de l'air

#### Réduction des émissions de GES/carbone

En 2024, les actions mises en œuvre étaient principalement axées sur 4 leviers :

- Évolution de la flotte / programme « One Sustainable Fleet » :
  - Création d'un outil de planification de la flotte intégrant les critères liés aux émissions de CO2
  - Poursuite de l'installation de chargeurs dans les stations
  - Poursuite de l'approvisionnement en véhicules électriques dans la flotte
- Processus réseau :
  - Passage progressif à l'éclairage LED dans les stations et les bureaux
  - Passage progressif aux fournisseurs d'énergies renouvelables
- Clients :
  - De nombreux événements dans les pays pour promouvoir les véhicules électriques (essai de conduite des véhicules électriques)
- Achats et approvisionnement :
  - Recrutement d'un référent Achats Responsables au niveau du Groupe.
  - Programme « Move to Cloud » visant à passer des centres de données aux solutions Cloud, permettant une réduction significative de l'empreinte carbone associée aux processus informatiques.

#### Pollution de l'air

En 2024, les actions mises en œuvre étaient principalement axées sur 3 leviers :

- Des formations techniques ont été mises à la disposition des pays afin d'améliorer le contrôle de la pression des pneus lors de la rotation des véhicules.
- La qualité du contrôle des pneus est mesurée par télémétrie de la pression des pneus à l'aide de la connectivité du véhicule et de l'analyse des verbatims tirés de l'enquête NPS (Net Promoter Score). Un tableau de bord est mis à la disposition des pays.
- Le déploiement a commencé au T3 2024 et se fera avec chaque nouveau salarié (salariés chargés de la réparation et de l'entretien) dans le cadre de son processus d'intégration.

## 2.1.4– Indicateurs et objectifs relatifs à la réduction des émissions de carbone et à l’atténuation de la pollution atmosphérique

### 2.1.4/ 1 – Indicateurs relatifs à la réduction des émissions de carbone et à l’atténuation de la pollution atmosphérique

#### Indicateurs de consommation d’énergie

	Unité	EMG hors Euromobil	EMG y compris Euromobil
Consommation d’énergie totale – incl. électricité, carburant, gaz naturel et chaleur	MWh	571 944	578 559
Consommation totale d’électricité	MWh	31 594	31 760
Part de l’électricité renouvelable dans la consommation totale d’électricité	%	36 %	36 %
Intensité énergétique	kWh/€	-	0,17

#### Indicateur des émissions de GES

##### Émissions de GES et total brut des Scopes 1 et 2

Aucune des émissions de Scope 1 d’EMG ne provient de systèmes d’échange des émissions de GES réglementés.

- Scope 2 basé sur la localisation : Cette méthode calcule les émissions en fonction du mix énergétique moyen du réseau électrique local, sans prendre en compte les choix spécifiques concernant les achats d’électricité verte.
- Scope 2 basé sur les marchés : Cette approche prend en compte les contrats d’approvisionnement en énergie spécifiques (tels que les certificats d’énergie renouvelable), reflétant les choix d’électricité à faible teneur en carbone.

<i>en tCO2e</i>	Scope 1	Scope 2 Basé sur la localisation	Scope 2 Basé sur les marchés
Siège social du Groupe	220	60	0,04
Australie	1 919	1 430	1 381
Belgique	1 278	98	74
Danemark	1 668	276	446
Finlande	100	8	19
France	6 156	228	0,13

Allemagne	3 684	1 087	86
Irlande	1 784	301	293
Italie	10 742	157	193
Luxembourg	52	28	24
Pays-Bas	317	97	89
Nouvelle-Zélande	378	38	52
Norvège	182	4	0,008
Portugal	3 581	363	767
Espagne	12 578	1 163	887
Royaume-Uni	15 658	2 037	925
États-Unis	63 013	5 332	6 784
<b>Total EMG hors Euromobil</b>	<b>123 309</b>	<b>12 704</b>	<b>12 020</b>
Euromobil	1 597	77	0,006
<b>Total EMG avec Euromobil</b>	<b>124 906</b>	<b>12 781</b>	<b>12 020</b>

## Notre empreinte carbone en 2024

Le suivi annuel de notre empreinte carbone est bien sûr essentiel, non seulement pour mesurer notre impact, mais aussi pour contrôler et ajuster nos efforts en vue d'atteindre notre objectif 2030.

Grâce à un système de reporting complet, nous calculons notre empreinte carbone dans les trois Scopes :

- Scope 1 : émissions liées à la consommation directe d'énergie (carburant, gaz naturel)
- Scope 2 : émissions liées à la consommation d'électricité et de chaleur
- Scope 3 : émissions indirectes principalement liées à l'utilisation de nos véhicules par les clients

<i>en tCO2e</i>	EMG hors Euromobil	EMG incl. Euromobil
<b>Scope 1</b>	<b>123 309</b>	<b>124 906</b>
<b>Scope 2 - basé sur la localisation</b>	<b>12 704</b>	<b>12 781</b>
<b>Scope 2 - basé sur les marchés</b>	<b>12 020</b>	<b>12 020</b>
<b>Scope 3</b>	<b>2 596 990</b>	<b>2 645 122</b>
1. Biens et services achetés	121 752	122 120
2. Biens d'équipement	7 901	7 985
3. Activités liées aux carburants et à l'énergie (non incluses dans les Scopes 1 ou 2)	27 703	28 083
4. Transport et distribution en amont	10 195	11 320
5. Déchets générés par les activités	2 422	2 466
6. Déplacements professionnels	5 893	5 900
7. Déplacements des salariés	7 091	7 360
8. Actifs loués en amont	350 182	351 891
9. Transport et distribution en aval		
10. Transformation des produits vendus		
11. Utilisation des produits vendus	1 075 059	1 078 258
12. Traitement en fin de vie des produits vendus	2 489	2 496
13. Actifs loués en aval	907 793	948 731
14. Franchises	78 511	78 511
15. Investissements		
<b>EMPREINTE CARBONE TOTALE</b>	<b>2 733 003</b>	<b>2 782 809</b>

## Évolution de notre empreinte carbone

Le tableau suivant présente l'évolution de l'empreinte carbone d'EMG dans le périmètre des objectifs SBTi. Les entités incluses sont : le siège du Groupe, l'Australie, la Belgique, le Danemark, la Finlande, la France, l'Allemagne, l'Irlande, l'Italie, le Luxembourg, la Nouvelle-Zélande, la Norvège, le Portugal, l'Espagne, le Royaume-Uni.

en tCO <sub>2</sub> e	2019 Référence	2023	<b>2024</b>	Évolution par rapport à 2023	Évolution par rapport à 2019	Objectif SBTi pour 2030
<b>Scope 1</b>	119 604	55 735	<b>59 979</b>	8 %	-50 %	-
<b>Scope 2</b>	7 572	6 072	<b>7 276</b>	20 %	-4 %	-
<b>Scopes 1 et 2</b>	127 176	61 807	<b>67 254</b>	9 %	<b>-47 %</b>	-46,2 %
<b>Scope 3</b>	3 090 035	2 344 508	<b>1 912 157</b>	-18 %	<b>-38 %</b>	-27,5 %
<b>TOTAL</b>	3 217 211	2 406 315	<b>1 979 411</b>	-18 %	<b>-38 %</b>	-

## Indicateurs relatifs à l'émission obligatoire indexée sur des critères de durabilité (Sustainability-Linked Bond)

Au 31 décembre 2024, les émissions moyennes de CO<sub>2</sub>/km pour la flotte étaient les suivantes :

- 130 g pour toute la flotte,
- Avec 116 g pour les voitures,
- et 199 g pour les utilitaires.

Pourcentage de véhicules électriques et de véhicules hybrides rechargeables (émettant moins de 50 g de CO<sub>2</sub> / km dans la flotte) :

- Périmètre de notre obligation indexée sur des critères de durabilité : 11 %.
- Périmètre des pays du Groupe (filiales en propre) : 10%
- En incluant Euromobil : 10 %.

Rappel – dans le cadre de l'émission obligatoire indexée sur des critères de durabilité du Groupe en 2021, les objectifs de performance durable suivants ont été définis afin de « verdir » progressivement la flotte du Groupe :

- La réduction progressive des émissions de la flotte du Groupe, pour atteindre respectivement une moyenne de 93 g CO<sub>2</sub>/km pour les voitures et de 144 g CO<sub>2</sub>/km pour les utilitaires **fin 2024** ;
- 20 % de « véhicules verts » dans la flotte **d'ici à la fin 2024** (« véhicules verts » : émissions moyennes inférieures à 50 g CO<sub>2</sub>/km) ;
- Le périmètre de l'émission obligatoire couvrait les pays suivants : Allemagne, Belgique, Danemark, Espagne, Finlande, France, Irlande, Italie, Luxembourg, Norvège, Portugal, Royaume-Uni

Deux raisons principales expliquent pourquoi les objectifs de « verdissement » de la flotte, fixés dans le cadre de l'émission obligatoire, n'ont pas été atteints :

- une adoption plus lente de véhicules électriques par nos clients (appétit des clients BtoB, mais inquiétude encore élevée quant à l'autonomie des véhicules chez les clients BtoC) ;
- une réduction plus lente que prévu des coûts d'acquisition des véhicules électriques.

Ces objectifs ont désormais été remplacés par les objectifs inclus dans la feuille de route CO<sub>2</sub> du Groupe pour la flotte (2025 > 2030).

## Indicateurs de pollution de l'air

### Émissions de polluants de l'air d'EMG :

	Unité	EMG hors Euromobil	EMG y compris Euromobil
CO	t	4 958	5 118
NOx	t	426	444
PM	t	28	27

#### 2.1.4/ 2 – Objectifs liés à la réduction des émissions de carbone et à l'atténuation de la pollution de l'air

##### Nos objectifs de réduction des émissions de carbone approuvés par SBTi

En 2019, Europcar Mobility Group a rejoint l'initiative Science Based Targets (SBTi)\* afin d'identifier des objectifs de réduction de l'empreinte carbone du Groupe, conformément au cadre de l'Accord de Paris. En 2022, SBTi a validé les deux objectifs de réduction des émissions de carbone soumis par le Groupe, fixant ainsi notre engagement pour les années à venir. EMG a été le premier acteur de la location de voitures à avoir des objectifs de réduction des émissions de carbone approuvés par SBTi. Ces objectifs devront être révisés avec SBTi d'ici 2027.



SCIENCE  
BASED  
TARGETS

DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

*Europcar Mobility Group s'engage à réduire ses émissions absolues de GES de 46,2 % pour les Scopes 1 et 2 d'ici 2030 par rapport à l'année de référence 2019.*

*Europcar Mobility Group s'engage à réduire ses émissions absolues de GES de 27,5 % pour le Scope 3 sur la même période.*

- Scopes 1&2
  - o - 46,2 % entre 2019 et 2030 – Aligné sur un scénario de +1,5 °C.
- Scope 3
  - o - 27,5 % entre 2019 et 2030 – Aligné avec un scénario bien en dessous de +2° C.

*\* L'initiative SBTi (Science Based Targets Initiative) est une collaboration entre le CDP (Carbon Disclosure Project), le Pacte mondial des Nations unies, le World Resources Institute (WRI) et le Fonds mondial pour la nature (WWF). Plus de 10 000 entreprises ont rejoint l'initiative afin de fixer leurs objectifs fondés sur des données scientifiques. Le SBTi développe des méthodologies et des cadres pour différentes industries, les aidant à contribuer à la réduction des émissions de carbone dans le cadre d'un effort global pour limiter le réchauffement de la planète.*

### Objectifs liés aux émissions de GES de la flotte

Afin d'atteindre les objectifs de réduction des émissions de carbone SBTi du Groupe, notre Groupe a défini une feuille de route CO2 pour la flotte, qui est au cœur de son programme « One Sustainable Fleet ».

Cette feuille de route du Groupe, approuvée par le GEC, est depuis juillet 2024 la référence principale pour les objectifs de « verdissement » de la flotte du Groupe (2025-2030), en succession et en remplacement des objectifs de l'émission obligatoire indexée sur des critères de durabilité (Sustainability-Linked Bond).

Le Groupe envisage de publier ses objectifs de « verdissement » de sa flotte pour 2030 dans le contexte du prochain reporting CSRD, une fois qu'il sera effectivement soumis à cette réglementation.

### Objectifs liés à la pollution de l'air

Nos objectifs de réduction de la pollution de l'air sont entièrement corrélés avec les objectifs de réduction de CO2 que nous nous sommes fixés. Pour le remplacement des pneus, un objectif doit être défini.

Cependant, la première étape de l'année 2025 consiste à s'assurer que les contrôles des pneus et les réglages de pression sont effectués correctement, de sorte qu'un plan d'action à long terme puisse être élaboré. Dans la mesure où nous pensons que le maintien d'un gonflage correct des pneus est un facteur de limitation de l'usure des pneus, et donc un facteur de limitation de la pollution de l'air causée par cette usure, l'indicateur clé de performance que nous considérons est le pourcentage de pneus remplacés avant que le véhicule ait parcouru 10 000 km.

## **2.1.5 – Stratégie relative à l'adaptation au changement climatique**

À partir de 2017, le Groupe a commencé à intégrer les deux dimensions du changement climatique :

- Impact de notre activité sur le changement climatique.
- Impact du changement climatique sur notre activité.

**En ce qui concerne la première dimension, l'« impact de notre activité sur le changement climatique »,** le Groupe a non seulement cherché à réduire son impact en calculant son empreinte carbone (depuis 2017) et en mettant en œuvre un plan complet de réduction du carbone (depuis 2021, complété par un volet dédié aux polluants de l'air en 2024), tel que décrit à la page 31, mais a également cherché à développer des offres et des services pour fournir à ses clients des solutions de mobilité plus durables, basées sur le modèle de l'utilisation.

**En ce qui concerne l'« impact du changement climatique sur notre activité » :** en 2022, notre Groupe a mené une analyse, avec le soutien d'un cabinet de conseil.

Cette analyse approfondie a été basée sur la modélisation de scénarios, comme recommandé par la TCFD (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures).

L'objectif de la modélisation de scénarios était de :

- anticiper l'impact des différents mondes à faible émission de carbone sur les activités ;
- tester la résilience de la stratégie et identifier les risques et les opportunités business dans chaque scénario ;
- utiliser les résultats comme des pistes de réflexion pour éclairer la prise de décision et prendre des mesures efficaces.

Deux scénarios antithétiques ont été proposés, tous deux compatibles avec l'Accord de Paris :

- un scénario axé sur la technologie, où la transition sociale et environnementale est principalement basée sur les innovations technologiques, avec une croissance du PIB toujours en hausse, mais avec une réduction significative des impacts environnementaux ;

- un scénario de sobriété, où la transition sociale et environnementale est principalement basée sur la résilience, par le biais de changements comportementaux sociétaux axés sur de nouveaux objectifs de prospérité.

Douze paramètres ont structuré les deux scénarios : transition énergétique, ouverture de l'économie, inégalités de revenus et de richesse, emploi, prospérité sociale, mode de vie, dynamique territoriale, organisation du système de transport, progrès technologiques, gouvernance politique, géopolitique et géoéconomie, réglementations.

En tenant compte des deux scénarios, l'analyse a identifié des risques et des opportunités pour EMG dans les différents segments de marché dans lesquels le Groupe est positionné : voyages de loisir, mobilité de proximité, déplacements professionnels/entreprises.

À partir de là, l'analyse a permis d'obtenir des informations clés et des moyens possibles pour la transformation des activités d'EMG dans chacun de ces segments, qui ont alimenté la réflexion stratégique du Groupe.

Le Groupe envisage désormais de compléter cette analyse, afin d'évaluer les risques physiques sur ses actifs et sa chaîne de valeur. Une étude, qui sera réalisée en 2025, aidera à élaborer un plan d'adaptation et à renforcer la résilience du Groupe face aux événements météorologiques extrêmes et aux effets du changement climatique.

Dans cette analyse, les événements météorologiques extrêmes et les effets du changement climatique suivants seront pris en compte : stress thermique, vagues de chaleur, sécheresse, ouragan, typhon, cyclone, tempête, blizzard, fortes précipitations (pluie, grêle, neige/glace), inondations (côtières, fluviales, pluviales, eaux souterraines).

En 2024, des ateliers ont été organisés par les équipes des opérations pour préparer cette étude. L'objectif était de procéder à une évaluation préliminaire des éléments suivants :

- la détérioration potentielle de la flotte et des actifs dans les stations en raison de conditions et événements météorologiques extrêmes ;
- l'impact potentiel des restrictions en matière d'alimentation et d'eau sur nos opérations ;
- la détérioration potentielle des conditions de travail pour le personnel et les clients en raison de conditions et événements météorologiques extrêmes.

## 2.2 – Ressources hydriques (norme ESRS E3)

Cette section traite des enjeux de durabilité matériels pour EMG ci-dessous :

- Consommation d'eau dans nos opérations -> norme ESRS E3
- Rejets d'eau de nos opérations -> norme ESRS E3
- Consommation d'eau dans la chaîne de valeur (en aval) -> norme ESRS E3

Afin de mieux traiter ces 3 enjeux matériels de durabilité, ils ont été regroupés dans la catégorie « Gestion de l'eau ».

### 2.2.1 – Stratégie relative à la gestion de l'eau

La gestion de l'eau est depuis longtemps un sujet important pour EMG. L'eau est principalement utilisée pour le lavage des véhicules, une opération essentielle à la qualité de service que nous offrons à nos clients, mais également très consommatrice d'eau, d'énergie et de détergents.

Le lavage des véhicules est effectué soit sur site, dans des stations équipées de leurs propres installations (en recourant à nos préparateurs de véhicules ou à des prestataires externes), soit hors site, dans des stations de lavage publiques ou privées, lorsque aucune solution sur site n'est disponible. Le personnel mobilisé peut être interne ou externe, selon les spécificités de chaque site.

Ces dernières années, notre stratégie en matière de gestion de l'eau a visé à réduire notre consommation en interne. C'est dans ce cadre qu'a été lancé, en 2021, le programme « Quick Turnaround », qui permet de nettoyer les véhicules sans recours à l'eau ni déplacement :

- À chaque retour de location, une évaluation est effectuée pour déterminer si un lavage complet est nécessaire, ou si un nettoyage manuel à sec peut suffire, contribuant ainsi à une réduction significative de notre consommation d'eau ;
- Ce programme s'appuie également sur un rapport de suivi spécifique permettant de mieux piloter la consommation d'eau au sein de notre réseau de stations.

Notre engagement pour une gestion responsable de l'eau s'étend également à nos fournisseurs. Depuis 2023, EMG les évalue selon les critères environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG), à l'aide de la base de données EcoVadis. Les enjeux liés à la gestion de l'eau sont ainsi intégrés au pilier environnemental de cette évaluation.

En 2024, l'analyse de double matérialité que nous avons menée a renforcé notre compréhension des risques liés à l'eau dans nos opérations, en soulignant notamment les conséquences potentielles d'un accès restreint ou d'une pénurie.

Dans ce contexte, nos équipes des Opérations, sous la direction de la Responsable de l'Excellence Opérationnelle du Groupe, ont conduit une étude approfondie incluant :

- Une cartographie de nos stations, croisée avec les zones identifiées comme à risque élevé ou en situation de stress hydrique à l'aide de la base de données Aqueduct ;
- Un inventaire de nos pratiques actuelles de gestion de l'eau, afin de mettre en lumière les initiatives les plus efficaces et durables.

Les résultats montrent que près de 10 % de nos stations en propre sont situées dans des zones à risque élevé ou très élevé, et un tiers dans des zones soumises à un stress hydrique important.

La deuxième phase de l'analyse a comparé plusieurs méthodes de lavage — lavage standard, haute pression, nettoyage manuel (avec eau), et nettoyage manuel à sec — selon différents critères : consommation d'eau (litres par véhicule), taux de recyclage, qualité des eaux usées (pH, TDS, turbidité), usage de produits chimiques (g/véhicule), consommation énergétique (kWh/lavage), et efficacité opérationnelle (durée par lavage).

Les enseignements tirés de ces deux volets ont été essentiels à la conception d'une politique globale de gestion de l'eau, dont la publication est prévue courant 2025. Elle visera à renforcer nos pratiques et procédures existantes.

## 2.2.2 – Politique relative à la gestion de l'eau

La politique de gestion de l'eau d'EMG reflète l'engagement du Groupe en faveur d'une utilisation responsable des ressources naturelles, avec pour objectif de limiter notre impact sur les réserves d'eau. Elle cible à l'ensemble des opérations directement gérées par Europcar Mobility Group dans ses filiales nationales.

À moyen terme, nous souhaitons étendre cette politique à nos sous-traitants, fournisseurs et partenaires impliqués dans les opérations des filiales, afin d'assurer une cohérence totale avec nos objectifs de préservation de la ressource. Dans les pays franchisés, nous nous attachons à promouvoir cette approche responsable et à encourager l'adoption de pratiques similaires.

### Déclaration d'engagement

Europcar Mobility Group s'engage à une gestion durable et responsable de l'eau. Conscients que l'eau est une ressource précieuse et limitée — particulièrement dans les régions touchées par un stress hydrique — nous avons pour ambition de réduire notre empreinte hydrique et de protéger cette ressource vitale.

Pour atteindre ces objectifs, nous agissons sur plusieurs axes :

- Conformité réglementaire
- Utilisation efficace de l'eau
- Gestion des eaux usées et prévention des pollutions
- Sensibilisation et formation
- Définition d'objectifs et suivi des indicateurs

## 2.2.3 – Actions relatives à la gestion de l'eau

### Actions relatives à la consommation et au rejet des eaux dans les opérations d'EMG

Ci-dessous figure un aperçu des initiatives mises en œuvre en 2024, sous l'impulsion de la Responsable de l'Excellence Opérationnelle du Groupe, en étroite collaboration avec les Directeurs des Opérations et les Directeurs Généraux dans les différents pays :

**1. Utilisation et approvisionnement en eau :** dans plusieurs pays, nous déployons le programme « **Quick Turnaround** », qui permet de laver les véhicules sans recourir à l'eau ni déplacer les véhicules. Ce dispositif vise à réduire significativement la consommation d'eau tout en optimisant les opérations de préparation des véhicules.

Par ailleurs, certaines stations sont désormais équipées de **systèmes de recyclage de l'eau**, incluant notamment des dispositifs de **récupération des eaux de pluie**, afin de limiter le prélèvement d'eau potable à partir des réseaux publics.

Plusieurs initiatives locales viennent renforcer cet engagement :

- En Espagne, Goldcar collabore avec des prestataires utilisant des techniques de lavage sans eau, tout en assurant un suivi de la consommation d'eau dans ses bureaux et installations.
- Au Portugal, les contrats avec les fournisseurs de stations de lavage intègrent des clauses exigeant le recyclage d'un pourcentage minimal de l'eau utilisée.

Enfin, un audit global de nos pratiques en matière de consommation d'eau a été lancé, dans le but d'identifier des solutions d'approvisionnement plus durables et de réduire au maximum les pertes.

**2. Réduction ciblée dans les zones à risque hydrique élevé :** nous avons cartographié les zones dans lesquelles nous opérons et qui sont exposées à un **stress hydrique élevé**. Dans ces régions, nous concentrons nos efforts pour réduire la consommation d'eau, notamment en adaptant nos processus afin de **limiter l'usage d'eau douce**.

#### Actions relatives à la gestion de l'eau dans la chaîne de valeur

Les choix en matière d'achats et de partenariats ont un impact environnemental direct. Chez Europcar Mobility Group, nous considérons nos fournisseurs de services de nettoyage comme des acteurs clés dans la gestion durable de l'eau. Nous attendons d'eux qu'ils adoptent des pratiques rigoureuses pour optimiser la consommation et prévenir toute contamination des ressources locales.

Dans ce cadre, nous nous appuyons sur l'évaluation EcoVadis, notamment sur le sous-thème "gestion de l'eau", qui analyse les politiques et procédures des fournisseurs, la mise en place d'initiatives concrètes, ainsi que la publication de données fiables et traçables.

Les fournisseurs obtenant une note inférieure à 25 sont tenus de renouveler leur évaluation ou de faire l'objet d'un audit sur site, une fois qu'un plan d'action correctif a été mis en œuvre, afin de démontrer des progrès tangibles en matière de gestion de l'eau.

### 2.2.4 – Indicateurs de gestion de l'eau

	Unité	2024 hors Euromobil	2024 avec Euromobil
Consommation d'eau totale	m3	1 552 882	1 554 070
Consommation totale d'eau dans les zones de risque lié à l'eau*	m3	189 785	189 785
Part des véhicules lavés sans eau ni déplacement**	%	10,2 %	-

\* La répartition de la consommation totale d'eau dans les zones de risque lié à l'eau est disponible dans les pays suivants : Italie, Portugal, Espagne, Royaume-Uni, États-Unis

\*\* Dans les stations participant au programme « Quick Turnaround ».

À titre d'illustration, le programme « Quick Turnaround » a permis d'économiser 80 317 m3 d'eau (soit l'équivalent de 32 piscines olympiques) en 2024.

## 2.3 – Utilisation des ressources (norme ESRS E5)

Cette section traite des enjeux de durabilité matériels pour EMG ci-dessous :

- Utilisation des ressources → norme ESRS E5

### 2.3.1 – Stratégie relative à l'utilisation des ressources

Pour rappel, le Groupe s'approvisionne en véhicules selon différents modèles :

- achat et détention puis revente sur le marché des véhicules d'occasion (modèle « à risque ») ;
- par le biais de contrats de leasing (modèle de « leasing ») auprès de tiers ;
- par des contrats avec des constructeurs automobiles intégrant une valeur de revente garantie (modèle « buy back »).

Ce modèle d'approvisionnement diversifié apporte de la flexibilité au Groupe : il lui permet d'optimiser l'offre de véhicules, le coût du financement et le risque en fonction des situations du marché, mais aussi de faire face aux tensions potentielles du marché liées à des pénuries de matériaux.

Jusqu'à présent, l'approche d'EMG pour atténuer ces répercussions a consisté à tirer parti de son modèle d'approvisionnement diversifié, afin de :

- prolonger les périodes de détention de véhicules (des véhicules « à risque ») et renégocier les contrats de rachat (« buy back ») de véhicules ;
- diversifier l'offre de voitures (non seulement les constructeurs automobiles qui fournissent des voitures neuves, mais aussi les fournisseurs de voitures d'occasion).

L'évaluation de double matérialité nous a permis d'avoir une vision plus globale de l'utilisation des ressources dans notre entreprise, en tenant compte non seulement des risques et des opportunités associés à la potentielle pénurie de véhicules (en raison de la pénurie de ressources chez les constructeurs automobiles), mais également de l'impact environnemental de la demande accrue de véhicules (en particulier de véhicules électriques) de notre part dans les années à venir.

Nous avons ainsi identifié plusieurs leviers liés à l'utilisation des ressources, afin d'atténuer les impacts et les risques et d'exploiter les opportunités, que notre Groupe intégrera au cours des prochaines années :

Levier	Atténuation des impacts	Atténuation des risques	Exploitation des opportunités
Volume de véhicules dans la flotte : limiter le nombre de véhicules dans la flotte afin de réduire l'exposition à la volatilité et aux tensions du marché en termes d'approvisionnement, avec un impact environnemental moindre et un revenu de location par jour (RPD) potentiellement plus élevé.	Oui	Oui	Oui
Approvisionnement en petits véhicules/véhicules moins intensif en termes de consommation de ressources*.	Oui		
Privilégier les véhicules avec un degré élevé de recyclabilité**.	Oui		
Prolongation de la période de détention	Oui	Oui	
Qualification et sélection des fournisseurs* (incluant des critères de durabilité)	Oui		
Diversification des fournisseurs		Oui	

*\* Notre stratégie en matière de flotte donne la préférence aux constructeurs automobiles qui ont relevé le défi de l'épuisement des ressources et vise l'optimisation de l'utilisation de nos véhicules, notamment afin de réduire le nombre de voitures nouvellement fabriquées mises sur le marché.*

*\*\* En termes d'impact, EMG estime pouvoir bénéficier des avancées technologiques des constructeurs automobiles et des réglementations qui leur sont imposées, notamment celles incitant les constructeurs automobiles à produire des véhicules recyclables.*

### **2.3.2 – Actions relatives à l'utilisation des ressources**

En 2024, l'identification des leviers ci-dessus a guidé le travail de l'équipe Ingénierie Flotte.

Plus globalement, l'équipe ingénierie flotte collecte en permanence des informations concernant :

- Les modèles disponibles
- Les engagements SBTi des constructeurs automobiles/la stratégie « verte » des constructeurs automobiles
- L'accidentologie de chaque modèle
- La fiscalité
- Les zones à faibles émissions, les restrictions d'accès
- Les évolutions des marchés B2C et B2B
- Les marchés des matériaux/composants

Les directives d'achat de la flotte proviennent de l'analyse fournie par l'équipe Ingénierie Flotte : elles sont mises en œuvre par les directeurs de flotte au niveau des Pays. Toutes ces informations sont également prises en compte dans la planification annuelle du budget du Groupe.

Remarque : compte tenu de la forte dépendance du Groupe vis-à-vis de l'industrie automobile, le Groupe prend les mesures appropriées dans la limite de ce qu'il peut contrôler.

Le Groupe estime que l'évolution de sa demande et de ses préférences peut déclencher une accélération des choix stratégiques des constructeurs automobiles vers une utilisation plus durable des ressources.

### **2.3.3 – Indicateurs d'utilisation des ressources**

Comme mentionné ci-dessus, l'optimisation de la période de détention a un impact sur la demande de nouveaux véhicules dans la flotte et donc sur l'utilisation des ressources.

En 2024, la période de détention moyenne des véhicules de la flotte était de 19 mois (hors Euromobil).

## 2.4 – Économie circulaire (norme ESRS E5)

Cette section traite des enjeux de durabilité matériels pour EMG ci-dessous :

- Contribution à l'économie circulaire (marché des véhicules d'occasion) → norme ESRS E5
- Véhicules en fin de vie → norme ESRS E5

Ces deux enjeux de durabilité ont été regroupés sous le thème « Économie circulaire », car ils sont directement liés à l'activité de remarketing des véhicules d'EMG.

### 2.4.1 – Stratégie relative à l'économie circulaire

En complément de son activité de location, EMG est également actif dans la vente de véhicules d'occasion. Cette activité découle de la proportion de véhicules acquis selon un modèle dit « à risque », c'est-à-dire financés et détenus directement par EMG, puis revendus sur le marché de l'occasion à la fin de leur cycle d'utilisation par EMG.

Les véhicules sont généralement répartis en deux catégories :

- Les véhicules d'occasion avec une usure légère, dont la revente constitue une contribution importante au marché secondaire, compte tenu des volumes annuels traités par le Groupe ;
- Les véhicules fortement endommagés ou accidentés, y compris ceux déclarés en perte totale, qui posent des enjeux environnementaux spécifiques et nécessitent une gestion rigoureuse en fin de vie.

Les activités de remarketing sont principalement orientées vers le marché B2B, notamment pour les véhicules accidentés et hors d'usage. Toutefois, dans certains pays, une partie du parc est également commercialisée en B2C.

L'évaluation de double matérialité menée récemment a permis d'élargir notre compréhension des enjeux et opportunités liés à l'économie circulaire. Elle a confirmé l'impact positif d'EMG à travers son apport structurant au marché des véhicules d'occasion, et a identifié des leviers d'action clairs.

Dans ce cadre, EMG poursuit une stratégie visant à :

- Renforcer son expertise remarketing, en particulier via des canaux digitaux tels que les enchères en ligne et la vente directe sur Internet ;
- Explorer de nouvelles pistes pour améliorer la gestion de fin de vie des véhicules, en lançant une analyse approfondie dédiée à cette question.

Cette étude avait pour objectifs :

- de mieux comprendre les **étapes du processus de démontage** des véhicules ;
- d'évaluer les **risques environnementaux** associés, en particulier la **production de déchets** ;
- d'identifier les **opportunités d'amélioration** pour une gestion plus responsable de la fin de vie des véhicules.

En effet, les véhicules en fin de vie (ELV - End-of-Life Vehicles) génèrent une grande diversité de déchets complexes, du fait de leur composition en métaux, plastiques, liquides et autres matériaux. Lorsqu'un véhicule devient inutilisable (par vieillissement ou accident), ses composants essentiels (moteur, batterie, pneus,

échappement, etc.) sont souvent endommagés, et leur traitement devient essentiel pour limiter les impacts environnementaux.

Le démontage de ces véhicules produit un mélange de matériaux devant être :

- recyclés, éliminés ou traités selon des normes strictes,
- et parfois manipulés avec précaution en raison de la présence de substances dangereuses : métaux lourds (plomb, mercure, cadmium), huiles usagées, carburants, réfrigérants, plastiques non recyclables, etc.

L'analyse a également pris en compte les différents types de motorisation — moteurs thermiques (ICE), hybrides rechargeables (PHEV) et véhicules 100 % électriques — chacun présentant des impacts environnementaux, des risques spécifiques et des opportunités de valorisation en fin de vie (IRO – Impacts, Risks & Opportunities).

## 2.4.2 – Procédures relatives à l'économie circulaire

Sur la base de son expertise et des analyses menées, Europcar Mobility Group (EMG) a mis en place des procédures et directives locales encadrant la vente de véhicules acquis en mode « à risque ». Ces documents couvrent notamment la gestion spécifique des véhicules fortement endommagés, également appelés épaves, à travers une procédure dédiée applicable dès qu'une décision de non-réparation est prise.

Cette procédure vise à :

- définir des critères précis pour la classification des épaves et des véhicules gravement endommagés ;
- décrire l'outil de gestion et de suivi permettant d'assurer la traçabilité des décisions ;
- identifier les responsabilités et les étapes clés du processus de validation.

Dans le cadre de son engagement pour une mobilité plus durable, une politique Groupe sera publiée en 2025, avec pour objectif de renforcer l'approche d'EMG en matière de gestion de la fin de vie des véhicules, en y intégrant pleinement les principes de l'économie circulaire.

Cette politique visera à :

- répondre aux enjeux environnementaux liés au démantèlement des véhicules ;
- fournir des lignes directrices claires aux acheteurs de véhicules en fin de vie sur les bonnes pratiques de traitement, de recyclage et de valorisation.

Parmi les éléments structurants de cette future politique, les axes suivants seront approfondis :

- **Classification claire des ELV (End-of-Life Vehicles)** : le système de gestion intégrera des catégories spécifiques pour les véhicules en fin de vie, distinctes des autres types de sinistres ou dommages. Cette distinction facilitera leur suivi et garantira l'application de mesures adaptées de recyclage ou de mise au rebut.
- **Intégration avec les partenaires de recyclage certifiés** : une interconnexion avec des centres agréés de recyclage ou des fournisseurs de pièces détachées reconditionnées permettra d'optimiser la récupération des composants réutilisables (pièces vertes) et d'assurer leur traçabilité dans une logique de durabilité.

## 3 – Informations en matière sociale

### 3.1 – Personnel de l'entreprise (norme ESRS S1)

Les pages ci-après couvrent l'enjeu matériel de durabilité pour EMG suivant :

- Santé et sécurité des salariés ⇒ norme ESRS S1
- Conditions de travail au sein d'EMG ⇒ norme ESRS S1
- Diversité et inclusion au sein d'EMG ⇒ norme ESRS S1

#### 3.1.1 – Caractéristiques du personnel d'EMG

Europcar Mobility Group place l'humain au cœur de ses priorités. C'est pourquoi nos salariés constituent l'un de nos trois principaux atouts, au même titre que notre flotte et nos marques.

- Nos effectifs comprennent différents types de salariés.
  - **Salariés du siège** : siège social du Groupe, sièges sociaux des Pays.
  - **Salariés du réseau** : salariés en contact direct ou indirect avec la clientèle, affectés à une station spécifique ou à un groupe de stations, travaillant dans une station ou une base arrière.Chaque type de groupe de salariés présente des besoins et des attentes spécifiques, ainsi que des considérations différenciées en matière de santé et de sécurité, car ils ont, par définition, un environnement de travail (stations par opposition aux bureaux en siège social) et un profil professionnel qui diffèrent.
- La main-d'œuvre d'Europcar Mobility Group est principalement concentrée dans les agences de location (« stations »). Nos stations sont situées dans les gares, les aéroports et les zones urbaines.
- Pour assurer une qualité de service élevée et gérer les flux de clients en haute saison ainsi que les variations de la flotte, Europcar Mobility Group a recours à une variété de contrats de travail (CDI + CDD + personnel saisonnier, etc.), ainsi qu'au travail à temps partiel.
- L'un des défis majeurs du Groupe en termes de gestion des effectifs est la saisonnalité annuelle et intra-hebdomadaire (semaine ouvrable vs week-end) de ses opérations, qui se traduit par des variations importantes de son activité et nécessite donc une gestion optimale de ses équipes (intégrant des rotations de personnel et l'adaptation de la charge de travail au niveau d'activité).
- Par ailleurs, le Groupe cherche toujours à promouvoir de nouvelles formes d'organisation du temps de travail lorsque cela est possible, afin de rendre le travail plus flexible et d'améliorer la qualité de la vie au travail de ses salariés. Plus précisément, des accords de télétravail pour les salariés basés au siège ont été mis en place au cours des dernières années pour tous les sièges de toutes les Filiales Pays.

*En savoir plus sur le personnel d'EMG :*

- La section « Intérêts et points de vue des parties-prenantes » page 15
- À la page 61 - « Indicateurs relatifs au personnel »

### 3.1.2 – Stratégie relative au personnel d'EMG

#### Cadres internationaux qui structurent notre approche

En 2005, le Groupe a été le premier acteur du secteur de la location de véhicules à adhérer aux principes du **Pacte mondial des Nations unies**, l'une des principales initiatives internationales visant à promouvoir l'engagement en faveur des droits de l'homme, des normes internationales du travail, de l'environnement et de la lutte contre la corruption.

Depuis cette date, le Groupe réaffirme chaque année son engagement à respecter l'ensemble des **10 principes du Pacte mondial des Nations unies**, inspirés de la Déclaration universelle des droits de l'homme (**DUDH**), de la **Déclaration de l'OIT (Organisation internationale du travail)**, de la **Déclaration de Rio sur l'environnement** et de la Convention des Nations unies contre la Corruption (**UNCAC**) et à contribuer à la réalisation des **17 Objectifs de Développement Durable (ODD) des Nations unies**.

Notre entreprise s'engage également à respecter et à faire respecter les droits de l'homme tels que décrits dans les Principes directeurs de l'Organisation de coopération et de développement économiques (**OCDE**) à l'intention des entreprises multinationales.

Ces principes et directives structurent l'approche du Groupe en matière de santé et de sécurité, de conditions de travail, de diversité et d'inclusion, et ont été directement intégrés **au Code de conduite du Groupe**, qui définit les engagements du Groupe ainsi que ses attentes vis-à-vis de toutes ses parties-prenantes dont ses salariés.

Le Code de conduite du Groupe, publié en 2024, est une refonte complète du précédent Code d'éthique et d'engagements du Groupe, qui a été soumis au Comité d'entreprise européen pour consultation et a été officiellement approuvé par ce comité international. Il est distribué dans tous les pays avec remise systématique à chaque salarié pour signature.

*Pour en savoir plus sur les engagements du Groupe vis-à-vis des droits de l'homme et des pratiques professionnelles attendues de toutes les parties prenantes d'EMG, veuillez consulter le Code de conduite du Groupe disponible sur notre site Web*

<https://europcar-mobility-group.com/compliance/documents/681478f2e1692696946097.pdf>

#### Cadre d'engagement EMG

Le Groupe EMG accorde une importance primordiale à l'engagement de ses collaborateurs, quels que soient leur rôle ou leur lieu de travail. Nous sommes convaincus que l'écoute active des salariés et l'instauration d'un dialogue permanent avec les représentants du personnel constituent non seulement de bonnes pratiques, mais sont aussi des leviers essentiels de performance et de réussite collective.

Pour encourager cette dynamique, EMG met à disposition de ses collaborateurs une diversité de canaux d'expression leur permettant de partager librement leurs opinions, préoccupations et suggestions. Cette volonté de transparence, de dialogue ouvert et de respect mutuel reflète pleinement les valeurs fondatrices du Groupe.

Un dispositif complet a ainsi été structuré afin de recueillir et analyser les attentes des salariés, notamment en matière de conditions de travail, de diversité et d'inclusion, ainsi que de santé et sécurité. Ce dispositif permet également d'identifier les atouts de l'organisation et de renforcer l'engagement des équipes sur le long terme.

Différents canaux forment ce dispositif :

Canaux à disposition des salariés	Mode de fonctionnement du canal	Portée	Fréquence
Management / pratiques de management*	Réunions d'équipe formelles et informelles / entretiens individuels  Entretiens individuels dans le cadre des bilans de développement des performances (PDR)	Tous les salariés	>Quotidien >Hebdomadaire  >Annuel (PDR)
Business Partner RH	Réunions formelles, « hotline » par chat, e-mails	Tous les salariés	Sur demande + Réunions périodiques organisées avec les équipes complètes
Relations sociales**	Réunions formelles	73 % des salariés du Groupe sont couverts par le dialogue social / les organes de représentation des salariés**	>Mensuel (comités d'entreprise locaux) >4 fois par an (Comité d'entreprise européen)
Enquête d'opinion auprès des salariés	Questionnaire en ligne 4 questions auxquelles les réponses consolidées permettent de mesurer le niveau d'engagement + 24 questions pour recueillir l'avis des salariés sur 5 dimensions (vision, modèle opérationnel, environnement de travail, sujets RH, réputation de l'entreprise) + 3 questions ouvertes pour recueillir des idées et des suggestions (ce qui fonctionne bien, ce qui doit être amélioré)	Tous les salariés	En 2022, le Groupe a déployé sa première enquête mondiale d'opinion des équipes : « Speak Up ! ». Elle a également été réalisée en 2023, afin de mesurer les progrès réalisés après le déploiement de plans d'action spécifiques. L'objectif est de mener cette enquête tous les 2 ans.
Communication interne	Des canaux de communication internes ont été mis en place pour créer une communication descendante et ascendante et permettre aux salariés de poser directement des questions et d'exprimer leur point de vue. Cela inclut : -Le réseau social interne (Facebook Workplace) a été lancé en 2019. Les salariés peuvent y publier du contenu et interagir avec leurs collègues et managers. -Événements internes : conférences, réunions, événements en ligne, où les salariés peuvent être informés des dernières actualités sur la stratégie du Groupe et poser des questions.	Tous les salariés	Selon le format/l'outil :  <u>Au niveau du Groupe</u> -Événement en ligne pour tous les salariés > sur une base annuelle -Événements pour les cadres supérieurs du Groupe > 2 ou 3 par an -Conférences call destinées aux top 50 du Groupe > tous les mois -Facebook Workplace : flux quotidien de communication descendante/ascendante  <u>Dans les pays</u> Réunions mensuelles, convention annuelle avec les responsables de station...
Champions santé et sécurité	Notification de blessure	Tous les salariés	Si nécessaire dans le cadre du processus de signalement des blessures
Réseau WeMob	Réunions formelles	Réseau WeMob (environ 50 salariés engagés dans la promotion de la diversité et de l'inclusion, avec une capacité à sensibiliser et impliquer l'ensemble des salariés intéressés par ces thématiques)	Trimestriel

### \* Management / pratiques de management

Dans ce cadre, EMG encourage le développement de pratiques de management dans lesquelles chaque membre d'une équipe peut s'exprimer et faire entendre sa voix.

Cet aspect a été soutenu en 2024 par le lancement des **nouvelles valeurs du Groupe** et, plus spécifiquement, par la distribution aux managers du Groupe d'un manuel traduisant les valeurs en comportements clés et en conseils de management pour une communication bilatérale durable.

Une formation en ligne dédiée a été proposée à tous les salariés et à tous les managers, afin de s'assurer qu'ils comprennent comment ces valeurs contribuent à façonner notre culture et guident notre façon de travailler et notre processus de prise de décision.

### \*\* Relations sociales

Les relations sociales au sein d'Europcar Mobility Group sont entretenues grâce à un dialogue constant et constructif entre les équipes de direction, les salariés et les organes de représentation des salariés.

En raison de sa présence internationale, le Groupe doit se conformer à un large éventail de lois locales sur le travail. Celles-ci sont souvent plus strictes que les directives de l'OIT (Organisation internationale du travail).

- Dans les pays où l'organisation du dialogue social est encadrée, Europcar Mobility Group se conforme aux réglementations et législations locales. C'est le cas, par exemple, en Allemagne, en France, en Espagne, en Italie, où les relations sociales sont organisées par le biais d'**organes de représentation des salariés ou de comités d'entreprise**.
  - Au niveau des pays, les accords sociaux couvrent notamment les sujets suivants :
    - Temps de travail (congés, télétravail, réduction du temps de travail, etc.)
    - Rémunération, épargne et autres avantages, qualité de vie au travail
    - Égalité des sexes sur le lieu de travail
    - Santé et sécurité
  - Lorsqu'il n'est pas réglementé, le dialogue social est géré avec la direction locale par l'organisation de réunions régulières, de conférences et d'enquêtes auprès des salariés ou de bulletins d'information hebdomadaires/mensuels.
- Le dialogue social concernant les projets transnationaux (dans les pays européens) est assuré par le **Comité d'entreprise européen**. Seuls les pays membres de l'UE ayant un certain nombre de salariés peuvent avoir un ou plusieurs représentants au sein de ce Conseil, en fonction de l'effectif.
  - Le Comité d'entreprise européen est un comité chargé de fournir des informations et parfois de demander une consultation des représentants des salariés, mais il ne s'agit pas d'un lieu de négociation.
  - La négociation des accords sociaux continue de se faire au niveau local.

### Canaux permettant aux salariés de faire part de leurs préoccupations et processus de remédiation

En cas d'impact négatif, le personnel d'EMG - qu'il s'agisse d'un groupe de salariés ou d'un salarié individuel - a différents moyens à sa disposition pour faire part de ses préoccupations : managers, business partners RH, représentants des salariés, médecin du travail (en France), ainsi qu'une Ligne d'alerte éthique. Ces différents moyens sont assortis d'un processus de remédiation.

Tout salarié souhaitant signaler un problème lié à l'éthique et à la conformité peut utiliser la **ligne d'alerte éthique, le dispositif d'alerte du Groupe**.

<https://europcar.whispli.com/lp/ethics>

Ce canal permet à toutes les parties prenantes, y compris les salariés, de signaler tout problème de conformité ou d'éthique (violation des droits de l'homme, discrimination, conditions de travail, harcèlement, pratiques

commerciales contraires à l'éthique) susceptible de les affecter et qu'ils souhaitent porter à l'attention de la Direction.

- La ligne d'alerte éthique, facilement accessible via le réseau social interne du Groupe (Facebook Workplace) et via le site Web d'EMG, est également accessible via une simple recherche Google.
- Elle offre aux individus un moyen sûr et confidentiel de faire part de leurs préoccupations et s'assure qu'ils se sentent soutenus dans le signalement de problèmes éthiques potentiels.
- Cette Ligne d'alerte éthique est alimentée par un mécanisme tiers, c'est-à-dire Whispli, une plateforme de pointe permettant de communiquer anonymement avec les parties-prenantes, qu'il s'agisse de salariés, de clients, de partenaires commerciaux ou de toute autre partie-prenante.
- Les parties prenantes qui utilisent cet outil sont d'emblée informées que :
  - aucune mesure de rétorsion à l'encontre d'une personne qui, de bonne foi, signale un problème ne sera tolérée ;
  - tout signalement soumis via l'un de nos canaux de signalement sera rapidement évalué et, le cas échéant, fera l'objet d'une enquête plus approfondie ;
  - toute préoccupation signalée restera confidentielle dans toute la mesure du possible ;
  - les lanceurs d'alerte recevront un accusé de réception et seront informés de l'état d'avancement et du résultat de la procédure.
- Par le biais d'un processus interne, l'équipe Conformité transmet les demandes pertinentes reçues via la ligne d'alerte éthique aux business partners RH. Chaque demande est ainsi gérée par l'équipe compétente dans un délai défini.
- Le nombre d'alertes remontées et la gestion rigoureuse des réponses témoignent du niveau d'efficacité de l'outil et du degré de confiance que les parties prenantes internes comme externes accordent à ce canal.

**Les processus de remédiation** sont différenciés en fonction de l'ampleur des problèmes signalés :

- Problème collectif >>> Discussions avec la Direction, éventuellement suivies de la mise en place de comités ad hoc et/ou de plans d'action impliquant des représentants des salariés concernés (par exemple, plan d'action sur les uniformes).
- Problème individuel >>> Réunions en face à face entre le salarié, le manager, le business partner RH et parfois les représentants du personnel, le cas échéant.

Pour les problèmes individuels, des mesures et actions spécifiques peuvent être prises dans le cadre du processus de remédiation, selon la nature du problème :

- Mesures correctives : indemnisation, rétablissement des droits, mise en œuvre de mesures visant à prévenir tout préjudice futur, informations des managers et des salariés.
- Mesures disciplinaires : mesures disciplinaires à l'encontre des personnes ou entités responsables d'actes répréhensibles.

### **3.1.3 – Politiques et actions relatives à la santé et sécurité des salariés, aux conditions de travail, à la diversité et à l’inclusion**

#### **3.1.3/1 – Politiques et actions relatives à la santé et sécurité des salariés**

Comme indiqué précédemment, le groupe s'est engagé de longue date à protéger la santé et la sécurité de ses employés partout où il opère, et à maintenir des taux faibles en termes de fréquence et de gravité des accidents du travail.

#### Règlement intérieur et procédures en matière de santé et de sécurité dans les pays

Dans toutes ses filiales Pays, le Groupe se conforme aux lois et réglementations locales en ce qui concerne la santé et la sécurité au travail. Les exigences en matière de santé et de sécurité de la filiale sont décrites dans le règlement intérieur d'EMG.

Outre le règlement intérieur, les pays ont défini leurs exigences internes en matière de santé et de sécurité par le biais de procédures internes en matière de santé et de sécurité. Les exigences internes réglementaires et obligatoires sont contrôlées et évaluées par revue des sites, avec le soutien de consultants externes en spécialisés dans certains pays tels que l'Irlande et l'Italie.

Dans ce cadre, les pays disposent d'un système de gestion de la sécurité et de comités dédiés pour piloter les questions de santé et de sécurité, le cas échéant. Chaque pays est responsable envers ses autorités locales de tout problème lié à la santé et la sécurité. Par le passé, certains de nos pays se sont distingués en obtenant la certification ISO sur une base volontaire.

À titre d'exemple :

- L'Italie est certifiée ISO 9001 (Systèmes de management de la qualité) jusqu'au 24 août 2025 et ISO 14001 (Système de management environnemental) jusqu'au 16 octobre 2026 pour l'entité Europcar et ISO 9001 (Systèmes de management de la qualité) jusqu'au 24 juin 2027 pour l'entité Goldcar.
- L'Espagne est certifiée ISO 45001 (Systèmes de gestion de la santé et de la sécurité au travail) et a été la première entreprise du secteur de la location de voitures à recevoir la certification ISO 39001 (Systèmes de management de la sécurité routière). Les deux certificats sont valables jusqu'au 1<sup>er</sup> décembre 2025.
- Le Royaume-Uni est certifié ISO 9001 (systèmes de gestion de la qualité) et ISO 14001 (système de gestion environnementale). Les deux certificats sont valables jusqu'au 13 janvier 2027.

En 2024, le Groupe a décidé de renforcer sa gestion de la santé et de la sécurité. Pour ce faire, EMG a recruté un Responsable Santé et Sécurité Groupe dont l'objectif est de revoir les pratiques existantes en vue de les harmoniser et d'apporter une expertise et un soutien supplémentaires aux filiales pays.

#### Politique Groupe de santé et sécurité

Champ d'application : tous les salariés du Groupe, quels que soient leur poste, leurs fonctions et leur situation géographique.

Dans le cadre de la présente politique, EMG renouvelle ses engagements en matière de santé et de sécurité :

- offrir un environnement de travail sain et sûr à tous nos salariés et partenaires ;
- garantir la sécurité de nos véhicules et de nos installations ,
- améliorer l'environnement de travail en identifiant les dangers potentiels et en corrigeant les situations dangereuses ;

- promouvoir la santé au travail : réduire les risques de maladies en améliorant le bien-être au travail et en mettant en place des programmes de promotion de la santé au niveau du Groupe ;
- respecter les droits de l’homme et maintenir un cadre de travail respectueux auquel chacun peut contribuer en adoptant un comportement responsable.

Notre politique Groupe en matière de santé et sécurité couvre tous les aspects de nos opérations et activités. Elle décrit notamment :

- les principaux leviers de santé et de sécurité et domaines d’application : gestion des risques, analyse des événements, pilotage des performances, formation, développement du leadership en matière de santé et sécurité ;
- la responsabilité des membres de la Direction en matière de prévention.

#### Actions liées à la santé et sécurité des salariés

Le Responsable Santé et Sécurité Groupe a lancé le déploiement d’un plan d’action exhaustif visant à renforcer les pratiques existantes en matière de santé et sécurité.

Les avancées à ce jour (réalisations en 2024) :

- création d’un réseau d’ambassadeurs de la santé et de la sécurité dans chaque pays ;
- auto-évaluation de la maturité en matière de santé et de sécurité réalisée dans chaque pays (auto-évaluation basée sur cinq domaines prioritaires clés, en vue de renforcer la culture de la santé et de la sécurité) ;
- intégration de points spécifiques en matière de santé et de sécurité dans le processus d’audit interne. Appelés « lignes rouges », ces éléments de vérification servent à identifier les dangers et les « points chauds » des installations électriques. Le service d’audit interne et de gestion des risques du Groupe se charge de réaliser les audits internes.

### 3.1.3/2 – Politiques et actions liées aux conditions de travail

EMG s’est doté d’un ensemble complet de politiques en matière de conditions de travail, couvrant tous les aspects du parcours des salariés.

#### Règlements intérieurs

Champ d’application : toutes les filiales pays du Groupe disposent de règlements intérieurs. Tous les règlements intérieurs font référence au Code de conduite du Groupe. Chaque salarié qui rejoint le Groupe doit accepter le règlement intérieur auquel il est assujéti (processus de reconnaissance) via Workday, l’outil de gestion des relations avec les salariés.

Les règlements intérieurs d’EMG décrivent les points suivants :

- Organisation du travail : heures de travail (horaires, pauses, heures supplémentaires), jours ouvrables et jours fériés, congés payés, réduction du temps de travail, absences, procédures d’autorisation d’absence, procédures de récupération des heures supplémentaires.
- Santé et sécurité : équipements de protection individuelle, mesures de prévention des risques, procédures en cas d’accident du travail ou de maladie professionnelle, règles d’utilisation des équipements.
- Discipline : sanctions disciplinaires en cas de mauvaise conduite (avertissement, suspension, licenciement), procédure disciplinaire à suivre, droit de réponse du salarié, protection des données personnelles/utilisation du matériel informatique, interdiction de certaines pratiques (harcèlement, discrimination), procédures de résolution des litiges.

#### Politiques et processus RH traitant spécifiquement des conditions de travail :

- Processus d’intégration
- Formation et développement

- Politique de rémunération
- Complémentaire santé
- Politique de gestion des ressources informatiques

#### Actions liées aux conditions de travail

Tous les canaux et outils mentionnés dans la section « cadre d'engagement » permettent au groupe d'identifier les problèmes nécessitant des plans d'action. En particulier, les plans d'action résultant de l'enquête « Speak Up ! », l'outil de gestion des relations avec les employés (Workday) et la rénovation des stations sont des domaines qui offrent des possibilités significatives d'amélioration des conditions de travail.

#### **Plans d'action issus de l'enquête « Speak Up ! »**

« Speak Up ! », l'enquête d'opinion menée auprès des salariés du Groupe, est un outil essentiel pour recueillir l'avis des salariés sur les conditions de travail et identifier les aspects à améliorer. Les conditions de travail sont traitées à travers neuf questions au cours de l'enquête :

- les outils et ressources auxquels j'ai accès ;
- la coopération entre les équipes, les fonctions, etc. ;
- la capacité de mon responsable direct à gérer l'équipe ;
- l'autonomie dont je dispose dans mon travail ;
- les objectifs qui me sont attribués ;
- la pression que je ressens dans mon travail ;
- mon équilibre entre vie professionnelle et vie privée ;
- mes conditions de travail matérielles (espace de travail, température, mobilier) ;
- l'intérêt de mon travail quotidien.

Les autres questions de l'enquête portent sur divers sujets de diversité et inclusion et de santé et sécurité :

- le respect des salariés au quotidien ;
- le respect de la diversité et l'inclusion ;
- les normes de santé et de sécurité au sein du Groupe.

Les résultats de l'enquête « Speak Up ! » ont servi à mettre en place divers plans d'action au cours des deux dernières années. Les plans d'action peuvent être déployés au niveau du Groupe, ainsi qu'au niveau des pays ou des fonctions. À titre d'exemple, les plans d'action consécutifs aux enquêtes « Speak Up ! » portaient jusqu'à présent sur l'amélioration continue de l'organisation du travail ainsi que sur les outils et supports dans les stations, tels que les uniformes, les outils digitaux et la connectivité. Nos salariés considèrent que ces sujets représentent des domaines d'action essentiels pour améliorer globalement leurs conditions de travail.

#### **Workday, outil de gestion de la relation avec les salariés**

- Jusqu'à présent, notre Groupe s'appuyait sur plusieurs outils digitaux pour la gestion des relations avec les salariés, offrant de fait une expérience fragmentée à notre personnel. Afin d'améliorer l'expérience des salariés et, par conséquent, leur engagement ainsi que la gestion des talents, notre Groupe a choisi en 2024 d'opter pour la solution Workday. Cette solution nous permet d'accompagner toutes les étapes du parcours des salariés, pour placer la gestion des salariés au cœur de notre mode de fonctionnement.
- En pratique, depuis une plateforme connectée accessible en libre-service, Workday offre à nos salariés une expérience digitale grâce à une interface intuitive et facile d'utilisation :
  - pour accéder à leurs informations personnelles et les mettre à jour ;
  - pour saisir les opportunités de mobilité interne ;
  - pour obtenir de l'aide et une assistance RH générale.
- Workday est accessible aux salariés sous contrat à durée indéterminée et sous contrat à durée déterminée, ainsi qu'aux travailleurs intérimaires.

## Rénovation des stations

- Notre Groupe porte une attention particulière à l'amélioration des conditions de travail lorsqu'il est prévu de rénover une station.
- Pour chaque opération de rénovation, la phase de conception de la station prend en compte des critères relatifs à l'ergonomie et au bien-être au travail, avec la collaboration du service marketing (y compris en termes d'exigences d'accessibilité PMR). Le personnel de la station est systématiquement impliqué dans ces réflexions.

### 3.1.3/3 – Politiques et actions liées à la diversité et à l'inclusion

#### Politique du Groupe en matière de diversité, d'inclusion, d'équité et d'appartenance

En 2024, la Directrice des Ressources Humaines du Groupe a mandaté la Directrice de la Transformation People & Culture du Groupe pour rédiger une politique en matière de diversité, d'équité, d'inclusion et d'appartenance au niveau Groupe, afin de renforcer les pratiques existantes et d'assurer l'alignement avec la vision globale et les valeurs d'EMG. Cette politique sera revue par le Directoire pour publication au cours de l'année 2025.

Décrivant l'engagement d'Europcar Mobility Group en faveur de la Diversité, Inclusion, Equité et Appartenance (DIEA), cette politique souligne l'importance de la diversité comme facteur clé de performance et de réussite pour le Groupe. Elle interdit toute forme de discrimination et vise à assurer l'égalité des chances en matière d'emploi dans tous ses aspects. Elle a également pour objet de créer un lieu de travail respectueux et inclusif, où tous les salariés se sentent valorisés.

Elle comprend les éléments suivants :

- engagements du Groupe en matière de DIEA, avec une attention particulière portée à la non-discrimination et à l'égalité des chances ;
- définitions clés : diversité, équité, inclusion et appartenance, discrimination, harcèlement, représailles ;
- responsabilités au regard de la DIEA (Direction, salariés) ;
- méthode employée pour mettre en œuvre les engagements DIEA du Groupe à différentes étapes du parcours des salariés : recrutement et embauche, gestion des performances, rémunération et avantages sociaux, développement des talents, attitude au travail ;
- canaux utilisés pour signaler tout problème lié à la DIEA et prendre des mesures de remédiation ;
- méthode d'évaluation des initiatives de DIEA.

Champ d'application : le Groupe entend déployer sa politique en matière de DIEA dans un périmètre restreint lors d'une phase pilote, puis auprès de tous les salariés d'Europcar Mobility Group, indépendamment de la région géographique, du site et du poste/des fonctions occupées. La politique s'appliquera également à tous les candidats.

#### Actions liées à la diversité et à l'inclusion

##### **Prévention de la discrimination et du harcèlement**

Partout où il opère, Europcar Mobility Group se conforme aux lois et réglementations locales pour lutter contre la discrimination et prévenir toute forme de harcèlement ou d'intimidation.

En complément au Code de Conduite du Groupe et à sa Politique en matière de DEIA à venir, la plupart des filiales Pays du Groupe disposent d'ores et déjà de politiques internes formalisées de non-discrimination et déploient les plans d'action appropriés.

La plupart du temps, les plans d'action des pays (p. ex. : États-Unis, Royaume-Uni, Espagne, Australie et Nouvelle-Zélande) s'appuient sur des modules de formation dédiés et obligatoire : « Prévention de la discrimination, du harcèlement et de l'intimidation » et « Formation en ligne sur l'égalité et la diversité », etc.

Enfin, au niveau du Groupe, un référent anti-harcèlement a été nommé fin 2019 pour traiter les questions liées à ce sujet.

### **Promouvoir la diversité et l'inclusion**

Au cours des dernières années, les efforts en matière de diversité ont essentiellement porté sur la féminisation des instances dirigeantes. À cette fin, une formation spécifique sur la diversité, mettant en lumière l'influence négative potentielle des préjugés inconscients, a été mise en place. Destinée aux managers, elle se compose de cinq modules :

- introduction à la diversité, l'inclusion et l'équité ;
- premiers pas vers un lieu de travail diversifié, inclusif et équitable ;
- combattre les préjugés inconscients sur le lieu de travail ;
- comprendre les préjugés sexistes ;
- combler le fossé entre les sexes en tant que manager.

Bien que l'égalité entre les femmes et les hommes constitue une priorité pour EMG, nos efforts en matière de diversité ne se limitent pas au genre. Nous sommes particulièrement fiers du nombre de nationalités représentées au sein de notre Groupe. Pour promouvoir davantage la diversité, nous mettons en avant nos engagements dans le processus de recrutement et d'embauche. Les engagements d'EMG en matière de diversité et d'inclusion, notamment, sont systématiquement mentionnés sur les sites d'emploi.

Dans certains pays, nous établissons également des partenariats avec des agences de recrutement spécialisées dans la diversité et l'inclusion (comme Mozaic RH en France, pour le siège social du Groupe et la filiale française).

En outre, certains pays ont mis en place diverses initiatives pour favoriser une culture de la diversité et de l'inclusion au sein de leur personnel. Par exemple, notre filiale au Royaume-Uni a créé un calendrier des événements de sensibilisation (« Awareness Calendar ») qui référence les événements culturels, sociaux et historiques importants pour diverses communautés. Cette initiative a pour but d'aider les salariés à comprendre les différents milieux culturels représentés au sein du personnel. Elle comprend également des supports pédagogiques, des articles et des activités visant à approfondir les connaissances de chacun et à célébrer la diversité entre les collaborateurs.

### **WeMob : le réseau diversité d'EMG**

- Le réseau diversité et inclusion d'Europcar Mobility Group (WeMob pour « We are Mobilized for diversity and inclusion ») a été créé en avril 2019.
- Son objectif principal est de sensibiliser les collaborateurs du Groupe aux questions d'égalité entre hommes et femmes, de renforcer l'autonomie des femmes et, dans une plus large mesure, de favoriser la diversité et l'inclusion.
- WeMob déploie un certain nombre d'initiatives dans les filiales Pays du Groupe (ex : conférences, rencontres visant à étendre les réseaux professionnels...) dont un programme de mentorat spécialement conçu pour les personnes qui ont besoin d'être guidées dans leur vie professionnelle pour gagner en confiance et oser davantage. Dans le cadre de ce programme, tous les mentors sont des bénévoles, occupant des postes de direction.
- En 2024, 57 mentors ont accompagné 59 mentorés de tous les pays dans leur développement personnel : ils les ont aidés à identifier leurs points forts et à reconnaître leurs réussites, les ont incités à être davantage proactifs pour établir des relations de travail plus constructives, à se constituer un réseau, à échanger davantage, et à prendre des initiatives en dehors de leur zone de confort.

### 3.1.4 – Indicateurs relatifs au personnel de l'entreprise

Sauf indication contraire, tous les chiffres présentés ci-dessous concernent le personnel d'EMG, en incluant Euromobil.

- **Effectifs physiques au 31 décembre 2024**  
*Salariés permanents et non permanents*

	2024
Total EMG	9 330

- **Types de salariés au 31 décembre 2024**

	2024
Nombre de salariés permanents	8 920
Nombre de salariés non permanents	410
Nombre de travailleurs saisonniers	5 237
Nombre de stagiaires et d'apprentis	217
Nombre de travailleurs à temps partiel ( <i>salariés permanents uniquement</i> )	985
Nombre de travailleurs à temps plein ( <i>salariés permanents uniquement</i> )	7 935

- **Égalité entre les femmes et les hommes au 31 décembre 2024**

	2024
Part de femmes occupant des emplois permanents et non permanents	42 %
Part de femmes occupant des postes de direction (au niveau des pays et du siège)	26 %

- **Turnover**  
*Salariés permanents et non permanents*

	2024
Nombre d'embauches	2 977
Nombre de départs	3 036
Départs à l'initiative du salarié	1 441
Départ à l'initiative de l'employeur	1 085
Départ pour d'autres causes	510

Turnover	15 %
----------	------

- **Dialogue social**

	2024
Part des salariés couverts par des accords collectifs	74 %
Part des salariés couverts par des représentants du personnel	68 %

- **Répartition des effectifs par tranche d'âge**

*Salariés permanents uniquement*

	2024
Salariés de moins de 30 ans	1 595
Salariés entre 30 et 50 ans	4 923
Salariés de plus de 50 ans	2 402

- **Handicap**

	2024
Nombre de salariés en situation de handicap	141

- **Indicateurs liés à la rémunération**

	2024
Total salaires et primes	439,20 M€

- **Santé et sécurité**

	2024
Nombre de décès dûs à des accidents du travail ou à des problèmes de santé liés au travail	1
Nombre d'accidents du travail	240
Taux de fréquence des accidents du travail	14,9
Taux de sévérité des accidents du travail	0,30
Nombre de jours d'arrêt dûs à des accidents du travail	4 920

## 3.2 – Travailleurs de la chaîne de valeur (norme ESRS S2)

Cette section traite des enjeux de durabilité matériels pour EMG ci-dessous :

- Conditions de travail, diversité et inclusion dans la chaîne de valeur (chez les fournisseurs de flotte et hors flotte) → norme ESRS S2
- Conditions de travail, diversité et inclusion chez les franchisés → norme ESRS S2

### 3.2.1 – Stratégie relative aux salariés de nos fournisseurs

Chaque année, EMG achète un grand nombre de véhicules auprès de constructeurs automobiles (fournisseurs de flotte), un secteur qui a connu des controverses sociales ces dernières années, en particulier dans les pays asiatiques. Bien que le Groupe n'ait aucun contact direct avec les salariés de constructeurs automobiles (autres que le personnel de vente), il est clair que les salariés des fournisseurs de flotte attendent de notre Groupe une vigilance particulière quant à la façon dont leur employeur gère son personnel.

Des attentes similaires existent parmi les travailleurs des fournisseurs hors flotte. Dans la mesure où certains d'entre eux assurent un service à long terme pour le Groupe en endossant le nom d'une de nos marques (les centres d'appels et services informatiques, par exemple), ils sont donc étroitement liés à nos activités quotidiennes et peuvent se sentir appartenir au Groupe : de ce fait, ils s'attendent à ce que nous soyons particulièrement vigilants quant à leurs conditions de travail.

Pour rappel : EMG est soumis au devoir de vigilance. Dans ce contexte, EMG est tenu d'établir et de publier un plan de vigilance. Ce plan couvre les propres activités du Groupe, ainsi que l'ensemble de sa chaîne de valeur, englobant ainsi les sous-traitants, fournisseurs et franchisés.

*Pour en savoir plus sur notre plan de vigilance, rendez-vous dans la section Compliance de notre site web :*  
<https://europcar-mobility-group.com/fr/conformite>

Le plan de vigilance d'EMG intègre notamment l'approche du Groupe en matière d'achats responsables, décrite dans les pages suivantes.

#### Approche d'EMG en matière d'achats responsables

Notre Groupe dispose de différents outils pour identifier les risques sociaux chez les fournisseurs et les évaluer sur la base de critères sociaux :

#### **Outil IQ Plus**

- Europcar Mobility Group vise à identifier les fournisseurs qui présentent les plus hauts niveaux de risque en matière de travail et de droits de l'homme. À cette fin, le Groupe se sert de l'outil IQ Plus pour segmenter sa chaîne de valeur en fonction des risques sociaux, dans chaque secteur d'activité. Cette cartographie des risques par catégorie a permis à EMG d'organiser par ordre de priorité les évaluations RSE/ESG à réaliser auprès des fournisseurs qui font partie des segments les plus exposés à ces risques.
- Les catégories d'achat présentant des risques sociaux élevés sont les stations de lavage de voitures, les services de réparation et d'entretien, les services de convoyage, les centres d'appels, fabricants de goodies et les fournisseurs d'uniformes.
- Plus généralement, les risques de discrimination, l'absence de rémunération équitable, le non-respect des exigences en matière de santé et de sécurité et les restrictions à l'exercice du droit de rejoindre un syndicat peuvent être identifiés dans d'autres secteurs d'activité grâce à IQ Plus.

### **Outils d'évaluation EcoVadis**

- Europcar Mobility Group utilise la base de données EcoVadis comme système d'évaluation des tiers pour la vérification et la mesure de l'impact des actions mises en œuvre par ses fournisseurs en matière de conditions de travail, de bien-être et, de manière générale, pour la prise en compte des performances sociales de ses fournisseurs.
- Le Groupe travaille avec deux outils distincts pour l'évaluation ESG des fournisseurs identifiés comme présentant un risque élevé ou moyen.
  - Tout d'abord, le module **Ratings** fournit un questionnaire adapté à la taille et au secteur de l'entreprise, qui s'articule autour de quatre thèmes : l'environnement, le travail et les droits de l'homme (incluant les conditions de travail, la santé et la sécurité), l'éthique, l'approvisionnement durable.
    - La méthodologie d'évaluation, cible à la fois les politiques, mesures, actions, rapports et résultats, ce qui permet aux experts de produire une fiche d'évaluation complète.
    - Cet outil permet également au Groupe d'identifier les fournisseurs ayant fait l'objet d'au moins une controverse ou un incident pertinent constaté par les analystes de ESG au cours de l'évaluation EcoVadis Ratings dans le cadre de la surveillance « Veille 360° ».
  - En outre, afin d'impliquer et de sensibiliser les fournisseurs peu prioritaires ou de petite taille (en raison du volume d'achats effectués auprès d'eux ou de leur structure organisationnelle), le Groupe utilise un deuxième module qui propose un questionnaire plus court : **Vitals**.

Ces outils sont actuellement déployés sur les périmètres d'achats de flotte et hors flotte.

En ce qui concerne les achats de flotte :

- Le module Ratings est actuellement déployé pour les constructeurs automobiles et les entreprises de leasing automobile, qui ont été classés comme présentant un risque élevé et moyen.
- Vitals sera utilisé pour les concessionnaires et les courtiers locaux, identifiés comme de petits fournisseurs.

### **Canaux permettant aux salariés des fournisseurs de faire part de leurs préoccupations et processus de remédiation**

Tout salarié, dont les salariés de nos fournisseurs, souhaitant signaler un problème lié à l'éthique et à la conformité peut utiliser la **ligne d'alerte éthique**, le dispositif d'alerte du Groupe.

<https://europcar.whispli.com/lp/ethics>

*Pour plus d'informations, veuillez consulter la section Personnel de l'entreprise / Canaux de communication permettant aux salariés de faire part de leurs préoccupations – pages 54 et 55*

Selon un processus interne, l'équipe Conformité transmet les demandes pertinentes issues de la ligne d'alerte éthique aux services des Achats (flotte et hors flotte). Chaque demande est ainsi gérée par l'équipe compétente dans un délai défini.

Tous les rapports soumis via la ligne d'alerte éthique sont évalués dans les meilleurs délais et, si nécessaire, donnent lieu à une enquête plus approfondie. Si la conclusion de l'enquête confirme la véracité des faits dénoncés et que ceux-ci vont à l'encontre des normes d'EMG :

- un plan d'action sera demandé au fournisseur, y compris des mesures correctives. Ces actions peuvent consister, pour le fournisseur, à ajuster ses pratiques ou procédures, selon la nature du problème. En effet, il convient de noter que le processus de remédiation dépend de la nature de l'événement, qu'il s'agisse d'un accident isolé ou d'un incident affectant l'ensemble du Groupe ;

- si la situation implique des actes graves, tels qu'un travail non déclaré ou toute autre infraction critique avérée, des mesures plus drastiques peuvent être envisagées. De tels actes pourraient être considérés comme une violation du contrat et, à ce titre, entraîner la résiliation du contrat avec le fournisseur.

### 3.2.2 – Politiques et procédures relatives aux conditions de travail, à la diversité et à l'inclusion chez les fournisseurs

#### Code de Conduite du Groupe

Le Code de Conduite du Groupe définit ses exigences et ses engagements dans les domaines des droits de l'homme, des droits sociaux, de l'éthique et de la conformité. Il fait référence à un dispositif d'alerte existant, mis à disposition des salariés d'EMG ainsi que des salariés de nos fournisseurs et sous-traitants.

Le Code de conduite du Groupe est joint, via un lien dédié, aux contrats signés avec les fournisseurs afin de s'assurer qu'ils y adhèrent avant le début de la relation contractuelle.

*Pour plus d'informations, veuillez consulter le Code de conduite du Groupe, accessible depuis le site Web d'entreprise d'EMG.*

<https://europcar-mobility-group.com/compliance/documents/681478f2e1692696946097.pdf>

#### Politique d'achats responsables du Groupe (achats de flotte et hors flotte)

- La politique d'achats responsables du Groupe est une approche stratégique adoptée par Europcar Mobility Group, elle vise à intégrer des critères environnementaux, sociaux et éthiques dans les décisions d'achat.
- La politique d'achats responsables du Groupe définit sept engagements et principes directeurs, y compris en matière de respect des réglementations européennes et d'examen des performances de nos fournisseurs sur des questions telles que la lutte contre le travail forcé et le respect des droits de l'homme.
  - L'un de ces engagements consiste à acheter des « *produits et services qui respectent les réglementations locales et internationales, les droits de l'homme et la dignité, la santé et la sécurité de tous* ».
- Mise en œuvre/déploiement : l'engagement des membres de la Direction est essentiel, et l'intégration de la politique dans nos processus d'achats constitue une étape clé dans la professionnalisation de nos équipes en charge des achats. La politique est ainsi soutenue par le service des Achats hors flotte, afin de s'assurer que les équipes concernées sont formées à l'intégration de critères sociaux dans les achats.
- Pilotage : afin de renforcer la transparence et la traçabilité, Europcar Mobility Group surveille s'assure, au moyen d'évaluations par des tiers, que les pratiques des fournisseurs sont conformes aux normes sociales européennes.

#### Charte Achats Responsables et Relations Fournisseurs (achats hors flotte)

- En 2024, Europcar Mobility Group a signé la Charte Achats Responsables et Relations Fournisseurs. À cette fin, le Groupe a reçu le soutien du Médiateur des entreprises (qui fait partie du ministère français de l'Économie et des Finances) et du Conseil national des Achats.
- La Charte encourage les entreprises à adopter des pratiques responsables vis-à-vis de leurs fournisseurs. Elle fournit un cadre pour gérer les situations de déséquilibre critique entre les acheteurs et les fournisseurs (clauses contractuelles déséquilibrées, rupture brutale des relations commerciales, retard de paiement).
- À travers cette initiative volontaire qui consolide ses politiques et pratiques existantes, le Groupe réaffirme sa détermination à progresser aux côtés de ses équipes d'achats et fournisseurs. Les 10 engagements de la Charte traduisent la volonté d'établir des relations équilibrées avec les

fournisseurs et de les impliquer au cœur des efforts de durabilité, dans tous les domaines : économique, social, communautaire et environnemental.

- Les engagements liés aux responsabilités sociales et aux travailleurs de la chaîne de valeur sont les suivants : « *Intégrer les problématiques de responsabilité environnementale et sociétale* » et « *Une fonction Achats chargée de piloter globalement la relation fournisseurs* ».

#### Stratégie de sourcing : préférence donnée aux fournisseurs locaux (achats hors flotte)

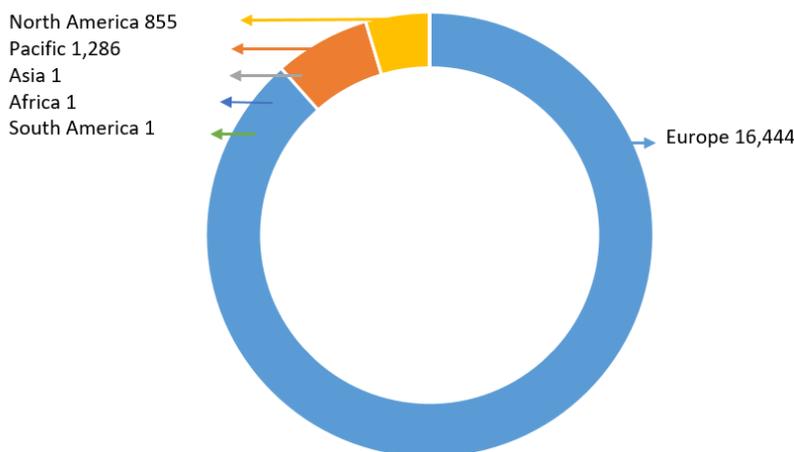
Choisir des fournisseurs locaux s'inscrit dans la stratégie de sourcing du Groupe : favoriser les circuits courts permet d'un point de vue économique et social de créer de la valeur avec nos parties prenantes locales et, d'un point de vue environnemental, de contribuer à réduire les émissions de GES liées aux transports.

Par conséquent, Europcar Mobility Group effectue la grande majorité de ses achats hors flotte (99,8 % de ses fournisseurs) dans les régions géographiques où le Groupe opère via ses filiales en propre, ce qui en fait un important pourvoyeur d'emplois locaux.

Pratiquement aucun achat n'est effectué en dehors des zones où les filiales du Groupe opèrent : en effet, les achats effectués en Afrique, en Amérique du Sud et en Asie représentent 0,02 % des achats hors flotte, ce qui limite de fait les risques sociaux pouvant être liés aux approvisionnements dans ces régions.

#### **Nombre de fournisseurs directs par zone géographique**

*Chiffres hors Euromobil*



*NB : Le Groupe est présent dans la région Pacifique via sa filiale Australie-Nouvelle-Zélande et en Amérique du Nord via sa filiale américaine.*

#### Stratégie de sourcing : répartition géographique des fournisseurs pour les achats de flotte

La grande majorité des achats de véhicules s'effectuent par l'intermédiaire de constructeurs automobile (ou *Original Equipment Manufacturers*, OEM en anglais), qui disposent de succursales (structures nationales pour la vente ou importateurs) dans des pays où EMG opère via ses filiales. S'agissant de l'origine des fournisseurs, plus de 88 % des véhicules proviennent d'Europe, moins de 9 % d'Asie et 3 % d'Amérique du Nord (tous les chiffres excluent Euromobil). Néanmoins, nous devons tenir compte du fait que les usines des OEMs sont situées dans différents pays d'Europe et sur d'autres continents, et que les sites de production des OEMs sont dédiés à des marques et/ou modèles de voitures.

Pour obtenir une vue d'ensemble détaillée des travailleurs de la chaîne de valeur, EMG réalise actuellement une cartographie visant à identifier, au-delà de l'origine des OEMs, les lieux de production des véhicules pour chaque OEMs (localisation des usines).

### 3.2.3 – Actions liées aux conditions de travail, à la diversité et à l'inclusion chez les fournisseurs

Actions liées aux conditions de travail et à l'évaluation de la diversité et de l'inclusion chez les fournisseurs, axées en 2024 sur l'appropriation de nos outils existants, notamment l'utilisation des bases de données IQ Plus et EcoVadis, et la professionnalisation de notre communauté interne d'acheteurs.

#### Actions visant le périmètre d'achats hors flotte

- **Recrutement d'un référent Achats Responsables** : reflète la détermination d'EMG à professionnaliser son approche en matière d'approvisionnement responsable.
- **Formation des acheteurs** : avantages et défis liés au sourcing responsable, avec une attention particulière portée aux problématiques sociales associées à des catégories d'achats spécifiques.
- **Guide sourcing responsable** : fourni aux acheteurs pour les aider à intégrer les meilleures pratiques dans leurs activités d'approvisionnement quotidiennes.
- **Lettre de soutien** du Directeur des achats du Groupe visant à mettre l'accent sur l'engagement d'EMG en matière d'Achats Responsables ; envoyée aux fournisseurs sollicités dans le cadre du processus d'évaluation EcoVadis.

#### Actions visant le périmètre des achats de flotte

En 2024, l'objectif était de sensibiliser et d'impliquer l'équipe en charge des achats de flotte afin de les guider dans leurs démarches de sourcing responsable.

Une lettre de soutien du Directeur des Achats du Groupe visant à mettre l'accent sur l'engagement d'EMG en matière d'achats responsables a été envoyée aux fournisseurs sollicités dans le cadre du processus d'évaluation EcoVadis.

### 3.2.4 – Indicateurs liés aux conditions de travail, à la diversité et à l'inclusion chez les fournisseurs

#### Sur le périmètre des achats hors flotte

- Début 2024, Europcar Mobility Group a lancé un programme de campagnes d'évaluation visant à évaluer les performances des fournisseurs en ESG, sous la supervision du référent Achats Responsables.
- Le premier défi consistait à organiser les missions d'évaluation par ordre de priorité, en particulier pour les pays comptant le plus grand nombre de fournisseurs à impliquer et à sensibiliser.
- L'indicateur clé de performance choisi par le Groupe correspond à la proportion de fournisseurs dits « à risque » (stratégiques et critiques) dont les performances en ESG ont été évaluées, dans les neuf périmètres où le Groupe dispose d'équipes d'achats dédiées (au niveau central et local).
- Afin de maintenir des normes élevées d'évaluation, cet indicateur de performance clé est piloté sur la base du volume de fournisseurs concernés, et non sur la base des dépenses qu'ils représentent.

Le 31 décembre 2024, 13,3 % des entités juridiques avec lesquelles Europcar a conclu un contrat et travaillé, considérées comme « à risque » (stratégiques ou critiques), ont fait l'objet d'une évaluation de leurs performances ESG à l'aide d'outils EcoVadis.

#### Sur le périmètre des achats de flotte

Le 31 décembre 2024, 36,4 % des fournisseurs des achats de flotte avec lesquels EMG a conclu un contrat et travaillé, considérés comme « à risque » (stratégiques ou critiques), ont fait l'objet d'une évaluation de leurs performances ESG à l'aide d'outils EcoVadis.

### 3.2.5 – Stratégie relative aux salariés chez les franchisés

Europcar Mobility Group a accéléré son développement international dans les années 2000 grâce au modèle de franchise et a depuis renforcé sa présence mondiale. Le modèle de franchise d'EMG repose sur des pratiques communes et sur l'accompagnement dédié offert par le Groupe aux franchisés, mais également sur des valeurs partagées et le strict respect des normes business et d'éthique du Groupe par les franchisés.

Dans ce contexte, le Groupe considère que les salariés des franchisés font partie de ses premiers ambassadeurs et méritent toute la vigilance du Groupe, s'agissant en particulier des conditions de travail, de la diversité et de l'inclusion. D'un autre côté, parce qu'ils représentent les marques du Groupe, les salariés des franchisés s'attendent à ce qu'EMG se montre vigilant quant à la façon dont leur employeur gère le personnel.

Pour rappel : EMG est soumis au devoir de vigilance. Dans ce contexte, le Groupe est tenu d'établir et de publier un plan de vigilance. Ce plan couvre les propres activités du Groupe, ainsi que l'ensemble de sa chaîne de valeur, englobant ainsi les sous-traitants, fournisseurs et franchisés.

*Pour en savoir plus sur notre plan de vigilance, rendez-vous dans la section Compliance de notre site web : <https://europcar-mobility-group.com/fr/conformite>*

Le plan de vigilance d'EMG comprend les processus de communication avec les travailleurs des franchisés décrits dans les pages suivantes.

#### Processus de communication avec les travailleurs des franchisés

##### **Equipe de développement des partenaires internationaux (International Partner Development (IPD) team) : dans les pays où EMG n'opère pas avec des activités en propre**

- Les Directeurs régionaux de l'équipe (IPD) rendent régulièrement visite aux franchisés pour organiser des réunions de revue des activités. Les grands franchisés reçoivent au moins une visite par an. Les petits franchisés reçoivent au moins une visite tous les deux à trois ans.
- Ces visites, qui sont essentiellement orientées business, sont également l'occasion pour les Directeurs régionaux d'interagir directement avec les salariés et d'évaluer le moral des équipes en interne.

##### **Franchisés dans les filiales Pays**

- Le Directeur de franchise et son équipe dédiée effectuent régulièrement des visites sur le terrain.
- Au cours de ces visites, ils sont en contact avec le personnel des franchisés pour gérer divers problèmes opérationnels. La relation est fluide et régulière, le Directeur de franchise étant clairement identifié comme le point de contact. Si nécessaire, le Directeur de franchise peut également interagir directement avec le personnel du franchisé pour évaluer le moral des équipes en interne.

##### **Canaux permettant aux salariés des franchisés de faire part de leurs préoccupations et processus de médiation**

Les salariés des franchisés - qu'ils s'agissent d'un groupe de salariés ou d'un seul salarié - ont à leur disposition le même canal que les salariés d'EMG pour faire remonter leurs préoccupations, en cas d'impact négatif.

Tout salarié souhaitant signaler un problème lié à l'éthique et à la conformité peut utiliser la Ligne d'alerte éthique, le dispositif d'alerte du Groupe.

<https://europcar.whispli.com/lp/ethics>

*Pour plus d'informations, veuillez consulter la section Personnel de l'entreprise / Canaux de communication permettant aux salariés de faire part de leurs préoccupations – pages 54 et 55*

Selon un processus interne, l'équipe de Conformité transmet les demandes pertinentes issues de la ligne d'alerte éthique à l'équipe IPD ou aux Directeurs de franchise concernés. Cette approche garantit que les préoccupations sont gérées par l'équipe compétente dans un délai défini.

Tous les rapports soumis via la ligne d'alerte éthique sont évalués dans les meilleurs délais et, si nécessaire, donnent lieu à une enquête plus approfondie. Si la conclusion de l'enquête confirme la véracité des faits dénoncés et que ceux-ci vont à l'encontre des normes d'EMG, de tels actes pourraient être considérés comme une rupture de contrat et ainsi conduire à la résiliation du contrat de franchise.

### **3.2.6 – Politiques et procédures relatives aux conditions de travail ainsi qu'à la diversité et l'inclusion chez les franchisés**

Les équipes centrales d'EMG qui gèrent la relation avec les franchisés s'appuient sur plusieurs politiques et procédures pour sélectionner le futur franchisé, formaliser la relation contractuelle et s'assurer de la réussite de son intégration une fois la relation contractuelle établie.

La responsabilité sociale du franchisé est une composante de sa relation contractuelle avec EMG.

Toutes les procédures décrites ci-après s'appliquent sans exception aux franchisés EMG dans le cadre d'un accord de franchise.

#### Diligence raisonnable (« due diligence ») vis-à-vis des franchisés

Avant toute signature d'un accord de franchise internationale, les équipes centrales d'EMG effectuent un ensemble de contrôles auprès du potentiel franchisé dans le cadre d'un processus rigoureux de diligence raisonnable. Le candidat est notamment évalué au regard des sanctions, des embargos et de la corruption. En outre, le Directeur régional ou le Directeur de franchise procèdera à une évaluation et une vérification des opérations existantes chez le franchisé potentiel, notamment en visitant les stations et les bureaux, ou en rencontrant les équipes locales.

#### Accord de franchise

L'accord de franchise comprend une clause de conformité exigeant des franchisés qu'ils se conforment au **Code de conduite du Groupe**, en particulier en matière de respect de l'environnement, de santé et sécurité des salariés, et de respect des droits de l'homme.

En outre, des clauses spécifiques décrivent les responsabilités du partenaire franchisé en matière de conformité avec le **droit du travail**.

Enfin, tout au long de la relation avec le franchisé, les équipes centrales d'EMG lui apportent une assistance qui est conditionnée par le respect des lois (notamment en matière de droit du travail) et du Code de conduite du Groupe. Le non-respect de ces dispositions peut entraîner la **résiliation du contrat de franchise** entre le Groupe et son partenaire franchisé.

#### Audit

Les franchisés font l'objet d'audits au cours de la relation contractuelle. Le service d'audit interne du Groupe se charge de réaliser les audits. Des auditeurs externes les assistent et exécutent la mission d'audit sur le terrain. Les Directeurs de franchise et Directeurs régionaux coordonnent la mission et examinent les décisions de l'audit.

Des audits sont réalisés au sein des entités franchisées pour s'assurer, du point de vue d'EMG, que tous les franchisés respectent le contrat de franchise signé ainsi que les règles et procédures/directives d'EMG. Ces audits permettent de détecter d'éventuels écarts, violations et/ou problèmes sociaux. Les résultats des audits sont communiqués au Directeur financier du Groupe.

### **3.2.7 – Actions relatives aux conditions de travail ainsi qu'à la diversité et l'inclusion chez les franchisés**

En plus des visites sur site et des revues d'activité et de développement menés au niveau des pays par les Directeurs régionaux, l'équipe IPD a mis en place différents canaux et activités pour sensibiliser les franchisés aux normes et attentes établies par le Groupe, en particulier dans les domaines de la conformité et de la RSE, et s'assurer que les franchisés savent comment les intégrer dans leurs opérations.

Ces missions ont été remplies au cours des dernières années via :

- des semaines d'introduction (pour les nouveaux franchisés) ;
- des réunions régionales de franchisés ;
- une conférence globale réunissant chaque année l'ensemble des franchisés ;
- des événements de formation régionaux dédiés ;
- des modules de formation dédiés, conçus pour travailler sur les faiblesses mises en lumière lors des audits.

En 2024, l'équipe IPD a lancé une initiative visant à sonder les franchisés sur les conditions de travail ainsi que la diversité et l'inclusion. Le questionnaire couvrait de nombreux sujets, tels que l'existence ou non chez les franchisés d'une politique de développement durable et/ou d'une politique en matière de diversité et d'inclusion, mais aussi d'une politique relative aux conditions de travail, ainsi que l'existence ou non de mesures visant à prévenir la discrimination, le harcèlement ainsi que des programmes de promotion de la diversité et de l'inclusion.

Cette enquête, qui a produit à la fois des résultats quantitatifs et qualitatifs, appuiera le développement d'autres actions et initiatives visant à évaluer et accompagner les franchisés sur les problématiques sociales, en particulier les conditions de travail ainsi que la diversité et l'inclusion.

Des activités similaires sont menées par les équipes centrales d'EMG auprès des franchisés nationaux.

## **3.3 – Consommateurs et utilisateurs finaux (norme ESRS S4)**

**Cette section traite des enjeux de durabilité matériels pour EMG ci-dessous :**

- **Santé et sécurité des clients** → norme ESRS S4
- **Informations transparentes dans la relation client** → norme ESRS S4

### **3.3.1 – Caractéristiques des consommateurs et des utilisateurs finaux d'EMG**

Europcar Mobility Group est une société « by people for people » : le service client fait partie de l'ADN du Groupe et le client est placé au cœur de chaque processus.

Nous servons un large éventail de clients au quotidien. Nous prenons en compte différents besoins et attentes, en particulier en termes de transparence de l'information, selon le cas d'utilisation :

**Clients BtoC** : ils louent directement auprès de notre entreprise et sont le plus souvent également les utilisateurs finaux. Ils voyagent pour diverses raisons, ce qui implique des attentes différenciées en matière de transparence de l'information. Principalement :

- **Clientèle Loisirs** : particuliers ou familles louant des véhicules pour les vacances ou un usage personnel. Ces clients peuvent être moins familiers avec l'expérience de location et ce qu'elle implique avant la prise en charge, pendant la location, et au retour du véhicule. Ils peuvent aussi ne pas bien connaître les conditions générales, les formules d'assurance ou la conduite du véhicule, ce qui augmente le risque de malentendus.
- **Clientèle Affaires** : professionnels louant des véhicules à des fins professionnelles, qui conduisent souvent dans des lieux qu'ils ne connaissent pas et sous pression de temps, ce qui peut réduire leur attention et donc accroître le risque d'incompréhensions.

**Clients BtoB** : ils louent des véhicules auprès de notre entreprise pour leurs employés, que ce soit pour leur fournir une voiture de fonction ou pour les besoins directs de leur activité (par exemple : livraison). Ces clients ont des besoins spécifiques en matière d'information, notamment sur la facturation, les conditions générales, la flexibilité des solutions proposées, mais aussi des informations à destination des utilisateurs finaux des véhicules.

**Clients BtoBtoC** : ces clients voyagent principalement pour des raisons de loisir. Ils louent auprès de notre entreprise via un canal indirect (courtier) et nécessitent une attention particulière, car ils doivent comprendre la différence entre un canal direct et indirect, et plus précisément les garanties d'assurance dont ils bénéficient via le courtier et la société de location, ainsi que les conditions générales de notre entreprise, même si la réservation a été faite par un canal indirect.

Chaque groupe de clients présente également des considérations spécifiques en matière de santé et de sécurité, nécessitant des stratégies de gestion des risques adaptées à leurs besoins et à leur situation. Par exemple :

- **Voyageurs Loisirs** : ces clients peuvent être moins familiers avec la conduite du véhicule et la réglementation routière locale, ce qui augmente le risque d'accidents ou de mauvaise utilisation du véhicule.
- **Voyageurs Affaires** : professionnels louant des véhicules pour leur travail, souvent dans des lieux inconnus et sous contrainte de temps. Cela peut augmenter le risque d'accidents en raison d'une conduite précipitée ou de la fatigue.

*Pour en savoir plus sur les clients d'EMG, consultez*

- *la section « Intérêts et points de vue des parties prenantes » page 15*

### 3.3.2 – Stratégie relative aux consommateurs et utilisateurs finaux

#### Promouvoir l'orientation client

Afin de garantir une approche orientée clients et répondre efficacement à leurs besoins, EMG a mis en place une organisation dédiée.

Deux services dédiés au sein de l'organisation Marketing du Groupe assurent la compréhension et prise en compte des besoins des clients et interagissent avec eux :

- **Service Intelligence Client et Marché** : ce service est dédié à la compréhension des besoins, des préférences et des comportements des clients en vue d'améliorer nos produits, nos services et l'expérience client globale. Il comprend trois équipes spécialisées : satisfaction client, connaissance des marchés clients, fidélité client.
- **Service Client** : ce service fournit une assistance directe aux clients, répond à leurs demandes, résout leurs problèmes et leur assure une expérience positive lors de leurs interactions à distance avec l'entreprise.

En complément, les questions liées à la **santé et sécurité des clients** ont été placées sous la responsabilité du Directeur de la Flotte et des Opérations et de la Directrice des Opérations du Groupe.

Un comité de pilotage transverse appelé « **Voix des clients** » réunit ces différents services, tous les mois, afin de discuter des performances en termes de satisfaction client, d'identifier les points faibles et d'examiner les actions en cours pour mieux répondre aux attentes des clients.

#### Canaux de communication avec les clients

EMG a mis en place un dispositif complet de communication avec les clients, qui permet de détecter tout problème auquel ils peuvent être confrontés pendant leur expérience de location. Cette approche proactive nous aide non seulement à résoudre les problèmes potentiels, mais également à mieux identifier les points forts de notre service aux yeux de nos clients.

Ce processus implique le Service Intelligence Client et Marché, ainsi que le Service Client. Il utilise en outre plusieurs canaux pour recueillir de manière proactive des commentaires, analyser des informations et s'assurer qu'elles sont partagées avec l'ensemble de l'organisation afin de favoriser des améliorations continues.

Type de canaux	Moment du parcours client/étape de communication	Fréquence	Objet
Net Promoter Score (NPS) : pour les locations à court terme	> Enquête envoyée à la fin de la location pour évaluer l'expérience globale	> 1 ou 2 jours après la location, pour chaque location	Mesurer la probabilité que les clients recommandent nos services à d'autres personnes, fournir un indicateur quantifiable et fiable de la satisfaction et de la fidélité globales des clients.
Enquête de satisfaction clients (CSAT) : pour les locations à long terme	>Enquête initiale transmise au début de la location pour évaluer l'expérience de la prise en charge et résoudre les problèmes immédiats >Enquêtes de suivi pour évaluer la satisfaction continue	>Au début de la location, pour chaque location  >Tous les trois mois	Évaluer des dimensions spécifiques de l'expérience client, permettre l'identification des axes d'amélioration et appliquer des mesures proactives
Enquêtes sur le Service client (CCS)	>Enquête transmise après chaque interaction avec l'équipe du Service client, quel qu'en soit le résultat	>Avant, pendant ou après la location	Évaluer la qualité des interactions avec le service client et identifier les axes d'amélioration possible de notre assistance et de notre communication
Verbatims	Questions ouvertes permettant de donner son point de vue librement dans les enquêtes de satisfaction	Similaire aux enquêtes (NPS, CSAT, CCS)	L'analyse automatique des verbatims et du ressenti exprimé dans chaque commentaire client offre en temps réel une cartographie précise des forces et faiblesses du parcours client pour une station, un pays ou une marque spécifique.
Évaluations et avis sur Google	Les clients peuvent choisir de laisser un avis sur la page Google de la station	À la discrétion des clients (généralement après la location), avec une sollicitation plus proactive au comptoir lors de la prise en charge	Mesurer et améliorer la réputation en ligne de nos agences devient une nécessité, car les clients tiennent compte des avis en ligne dans leurs décisions d'achat

### Canaux à la disposition des consommateurs et aux utilisateurs finaux pour exprimer leurs préoccupations et processus de remédiation

En complément des canaux décrits précédemment, EMG propose à ses clients d'autres canaux par lesquels ils peuvent faire part de leurs demandes, réclamations ou préoccupations.

Ces canaux sont gérés :

- soit par le Service Client ;
- soit par l'équipe Conformité.

#### **Canaux gérés par le Service Client et leviers de remédiation**

Le Service Client est chargé de fournir une assistance directe aux clients, de répondre à leurs demandes ou réclamations, de résoudre les problèmes et d'assurer aux clients une expérience positive dans chacune de leurs interactions à distance avec notre entreprise.

- Le Service Client est aisément joignable grâce à une **large gamme de canaux de communication à distance** adaptés aux préférences des clients. Cela inclut notamment le téléphone, l'e-mail, les réseaux sociaux, les pages FAQ et les portails d'information en libre-service, dont les coordonnées figurent sur tous nos sites de réservation en ligne.
- EMG s'engage à fournir un service client à distance accessible et inclusif. Cela inclut des services d'assistance disponibles en plusieurs langues et l'utilisation fluide des technologies d'assistance.
- Une **attention particulière est accordée aux indicateurs clés de performance** (« KPI »), qu'ils soient quantitatifs ou qualitatifs. Plusieurs KPI tels que le délai de première réponse, le délai de résolution et les scores de satisfaction client sont suivis et analysés pour mesurer l'efficacité de notre Service Client. Nous analysons également en permanence les données d'utilisation des différents canaux afin d'optimiser les ressources et d'assurer l'efficacité de notre service à la clientèle.

#### **Canaux gérés par le service Conformité et leviers de remédiation**

EMG a mis en place différents canaux qui permettent aux consommateurs et aux utilisateurs finaux d'exprimer leurs préoccupations concernant la confidentialité des données personnelles, la conformité, l'éthique ou toute autre question.

- **L'adresse e-mail du Délégué à la Protection des Données (DPD)** est un canal dédié grâce auquel les parties prenantes, dont les consommateurs et les utilisateurs finaux, peuvent poser des questions ou exprimer des préoccupations concernant leurs données personnelles. Les consommateurs et les utilisateurs finaux peuvent ainsi exercer leurs droits en matière de protection des données personnelles (tels que l'accès, la rectification, la suppression et la limitation du traitement) conformément aux exigences réglementaires.
- En outre, nos clients peuvent utiliser la **ligne d'alerte éthique d'EMG**, qui permet à l'ensemble des parties prenantes, y compris les consommateurs et les utilisateurs finaux, de signaler tout problème en matière de conformité ou d'éthique pouvant les affecter.

<https://europcar.whispli.com/lp/ethics>

*Pour plus d'informations, veuillez consulter la section Personnel de l'entreprise / Canaux de communication permettant aux salariés de faire part de leurs préoccupations – pages 54 et 55*

Selon un processus interne, l'équipe Conformité transmet au Service Client les demandes qui le concernent reçues par le biais de la ligne d'alerte éthique. Chaque demande est ainsi gérée par l'équipe compétente dans un délai défini.

#### **Process marketing permettant de corriger les impacts négatifs sur les consommateurs et les utilisateurs finaux**

Afin d'améliorer l'expérience client globale, EMG organise des ateliers d'analyse détaillée de l'origine des problèmes, en s'appuyant sur une analyse sémantique avancée des commentaires formulés par les clients.

Ces ateliers réunissent des représentants des fonctions Marketing, Ventes et Opérations ainsi que du Service juridique et du Service Client, pour identifier les raisons précises de l'insatisfaction des clients.

### 3.3.3 – Politiques et procédures concernant la santé et la sécurité des consommateurs et des utilisateurs finaux

La réduction des accidents individuels et des risques pour la santé et la sécurité de nos clients fait partie intégrante de notre modèle économique, non seulement parce que la protection de nos clients et leur bien-être sont au cœur de nos préoccupations, mais aussi parce que la réparation et l'entretien des véhicules sont un facteur clé de notre efficacité opérationnelle, ces deux enjeux étant liés.

Un ensemble de procédures et de programmes de notre Groupe sont dédiés à la santé et à la sécurité de la clientèle :

- au sein de la fonction Opérations, dans tous les pays, les **procédures de réparation et d'entretien** des véhicules guident les pays dans la mise en œuvre des meilleures pratiques de réparation/d'entretien ;
- des **partenariats d'assistance routière** offrent à nos clients une assistance routière et des services d'assistance d'urgence 24 h/24 et 7 j/7 ;
- des **protocoles de rotation des véhicules**, qui incluent :
  - une évaluation de l'état du véhicule et des informations du tableau de bord entre chaque location, qui vise à assurer la sécurité du véhicule avant la location suivante et à le substituer par un autre véhicule si les normes ne sont pas respectées ;
  - des protocoles de nettoyage pour garantir un environnement propre et sûr à tous les clients ;
  - un protocole spécifique de nettoyage/désinfection\* pouvant être appliqué en cas de risques sanitaires ou d'épidémies signalés par les autorités locales ou internationales compétentes.
- une **procédure d'arrêt des locations et de rappel des véhicules défectueux** qui peut être activée en cas de défauts de fabrication signalés par le constructeur ;
- un **programme « Véhicules connectés »\*\*** qui permet d'analyser les données du véhicule en cas d'accident.

\* Ces dernières années, notre Groupe s'est distingué en étant le premier à signer un accord de partenariat avec Bureau Veritas, afin d'établir un programme destiné à relever les défis liés à la crise sanitaire provoquée par la pandémie de Covid-19. Ce programme avait pour objectif d'introduire les meilleures normes et procédures de nettoyage dans toutes nos stations, pour faire en sorte que nos véhicules ne soient pas une source de propagation du virus entre chaque location.

\*\* Notre Groupe a investi ces dernières années dans un programme d'efficacité opérationnelle (le programme « Véhicules connectés ») visant à connecter l'ensemble des véhicules de sa flotte de manière à recueillir des données relatives au véhicule et à sa conduite, dans le respect des réglementations sur la protection des données personnelles. Cette connectivité intégrée nous permet de contrôler notre flotte en temps réel et d'optimiser différents processus opérationnels tels que la gestion du carburant, l'allocation des véhicules ou la sécurité et la surveillance des véhicules, tout en améliorant les analyses post-accident.

En s'appuyant sur les procédures et les programmes existants, le Groupe vise à franchir une étape majeure en 2025 en définissant une politique globale pour la santé et la sécurité des consommateurs et des utilisateurs finaux afin de réunir, d'harmoniser, de formaliser et d'étendre les meilleures pratiques déjà en place.

### 3.3.4 – Politiques et actions pour la transparence des informations dans la relation client

Nous nous engageons à fournir des informations transparentes, quels que soient la durée de la location, le type de véhicule ou le profil du client. Nous sommes conscients que tout manque d'informations au cours d'une interaction avec un client peut générer des malentendus et affecter la qualité de l'expérience client.

C'est pourquoi :

- nous accordons une importance primordiale à la communication ouverte et à la transparence, et nous décrivons nos services et processus de manière détaillée, afin de garantir la compréhension des clients et une bonne gestion de leurs attentes ;
- en parallèle, nous veillons à ce que nos salariés comprennent et intègrent au jour le jour cette exigence d'information et de transparence, grâce à des formations, à l'implication active du management opérationnel et à des actions de sensibilisation.

#### Politiques contribuant à la transparence des informations dans la relation client

Nom de la politique/du processus	Résumé du contenu
<b>Code de Conduite du Groupe</b>	Met l'accent sur la transparence à l'égard de toutes les parties prenantes, en particulier les clients. Met en évidence nos engagements pour assurer une offre de service claire, sincère et transparente, en exigeant des salariés une compréhension approfondie des services et des conditions commerciales afin d'assurer une communication précise avec les clients concernant les locations et les produits ou services associés. Prévoit la diffusion du Code de conduite et la mise en place des formations correspondantes.
<b>Documents contractuels</b>	Les coûts de location, y compris les tarifs de base, les taxes, les frais et les options supplémentaires, sont présentés en détail et en toute transparence. Ils sont indiqués aux clients lors de la réservation, et repris dans les contrats de location et les factures.
<b>Options d'assurance</b>	Nous proposons une gamme complète d'options d'assurance adaptées aux besoins et aux budgets des clients. Des explications détaillées de chaque option, y compris les risques couverts, les exclusions et les coûts associés, sont fournies en ligne et au comptoir lors de la location. Nous invitons également les clients à poser des questions et à demander des précisions pour s'assurer qu'ils comprennent la couverture d'assurance qu'ils ont choisie.
<b>Politiques liées au carburant</b>	Nos politiques en matière de carburant sont clairement décrites dans nos contrats de location et sur notre site Internet. Nous proposons différentes options de carburant, telles que l'option carburant prépayé ou la restitution du véhicule avec un réservoir plein. Les clients sont informés de l'option de carburant choisie lors de la réservation et reçoivent des indications sur la manière de faire le plein de carburant le cas échéant.
<b>Politiques liées aux dommages</b>	Nos politiques en matière de dommages, y compris les procédures de déclaration des dommages, la prise en charge des réparations et les frais excédentaires, sont clairement décrites dans nos contrats de location et sur notre site Internet. Nous fournissons à nos clients des informations sur la manière de documenter tout dommage survenu pendant la location et sur les démarches liées à la gestion des sinistres.
<b>Inspection des véhicules</b>	Une inspection approfondie des véhicules est effectuée avant et après chaque location. Tout dommage existant est documenté et communiqué au client afin d'éviter tout litige. Nous offrons également à nos clients la possibilité d'opter pour des exonérations de dommages supplémentaires pour une plus grande tranquillité d'esprit.

## Actions contribuant à la transparence des informations dans la relation client

Initiative	Description
<b>Journées Expérience Client (« CX Days »)</b>	Renforce la culture axée sur le client grâce à des immersions en agence, des webinaires, des ateliers et des sessions d'écoute du service client.
<b>Champions locaux Net Promoter Score (NPS)</b>	Dans chaque pays, des référents dédiés à la satisfaction des clients sont responsables de l'orientation du parcours client, établissent les rapports sur les performances et sont le point de contact pour toutes les questions liées à la satisfaction des clients.
<b>Vérifications d'exactitude (Conditions générales, FAQ)</b>	Revue rigoureuse des contenus destinés aux clients (contrats de location, factures, contenu du site Internet, supports promotionnels) visant à garantir l'exactitude et la mise à jour des informations. Inclut la simplification des informations complexes, l'explication des termes techniques et la validation par le service juridique. Amélioration proactive des FAQ par l'intégration des commentaires des clients.
<b>Monitoring des réseaux sociaux</b>	Suivi des conversations en ligne pour détecter et gérer les risques de désinformation. Utilisation d'outils avancés d'écoute des réseaux sociaux (actuellement Ipsos Synthesio / précédemment Radarly).
<b>Processus d'amélioration continue (commentaires des clients, avis en ligne)</b>	Examen régulier des commentaires des clients recueillis par différents canaux, suivi des avis en ligne (Google, Trustpilot et réseaux sociaux) et mise en œuvre des modifications fondées sur les analyses réalisées.
<b>Programme d'amélioration de la satisfaction client de Goldcar</b>	Déployé après l'acquisition pour aligner les informations et le service de Goldcar sur les normes d'EMG. Centré sur l'amélioration des processus et des pratiques en fonction des enquêtes NPS, en mettant l'accent sur les agents commerciaux. L'objectif principal était d'améliorer la satisfaction des clients de Goldcar, en accordant la priorité à une transparence renforcée des informations.

### **3.3.5 – Indicateurs dédiés aux consommateurs et utilisateurs finaux**

Nous suivons activement différents indicateurs liés à la confiance, tels que la fidélité des clients, les taux de répétition des achats, le Net Promoter Score (NPS) et les retours d'information sur la confiance obtenus par le biais d'enquêtes et des avis en ligne.

Ces indicateurs sont considérés comme pertinents pour évaluer la satisfaction globale et, plus précisément, la satisfaction à l'égard de la transparence des informations et de la sécurité.

Nous accordons une attention particulière aux commentaires relatifs aux éléments suivants :

- **Honnêteté et équité** : nous analysons régulièrement les observations des clients (enquêtes NPS, enquêtes CSAT) et les évaluations en ligne pour nous assurer que nos pratiques sont perçues comme justes et transparentes. Nous répondons rapidement à toute préoccupation et apportons les ajustements nécessaires à nos politiques ou procédures de manière à garantir la satisfaction de nos clients.
- **Qualité de service** : nous mesurons la satisfaction de nos clients par le biais de différents canaux, y compris des enquêtes post-location et les avis en ligne. Nous analysons ces commentaires pour identifier les axes d'amélioration de nos interactions au titre du service client et de notre réactivité face aux préoccupations.
- **Propreté et entretien des véhicules** : nous surveillons les commentaires des clients concernant l'état et la fiabilité de nos véhicules de location. Nous avons mis en place des procédures d'entretien strictes pour garantir que nos véhicules sont bien entretenus et conformes aux normes de sécurité. Nous invitons également nos clients à signaler tout problème rencontré pendant la location afin d'y apporter une réponse rapide.

### **Performance NPS en 2024**

- Le NPS combiné d'EMG pour toutes les marques en 2024 dépasse la cible annuelle de 50,6 en atteignant 51,4.
- La marque Europcar a atteint son objectif, avec un NPS de 58,1 pour une cible fixée à 57,3.

### **Performance des évaluations sur Google**

- Le suivi mensuel des performances sur la plateforme de gestion des avis (Skeepers) révèle qu'Europcar a maintenu un score Google stable compris entre 4 et 4,2 tout au long de 2024.
- Goldcar a également affiché des performances positives, atteignant un score Google de 3,9 pour l'année.

Remarque : le système de notation Google My Business (GMB) utilise une échelle de 1 à 5, où la note 5 correspond au niveau de satisfaction client le plus élevé.

Au-delà de ces indicateurs, il convient de noter qu'EMG n'a reçu aucun signalement de problèmes graves liés aux droits humains concernant les consommateurs et les utilisateurs finaux au cours de l'année 2024.

## 4 – Informations sur la gouvernance

### Conduite des affaires (norme ESRS G1)

Cette section traite des enjeux de durabilité matériels pour EMG ci-dessous :

- Éthique des affaires → norme ESRS G1
- Protection des données personnelles → norme ESRS G1
- Relations responsables avec les fournisseurs → norme ESRS G1
- Relations responsables avec les franchisés → norme ESRS G1

#### 4.1 – Éthique des affaires et protection des données personnelles

##### 4.1.1 – Gouvernance de l'éthique des affaires et de la protection des données personnelles par EMG

La gouvernance par Europcar Mobility Group de l'éthique des affaires et de la protection des données personnelles s'articule autour de plusieurs organes clés, chacun jouant un rôle distinct dans le respect des normes éthiques et la conformité au sein de l'entreprise.

Organes de surveillance / Organes de Direction	ÉTHIQUE DES AFFAIRES	PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES
Conseil de surveillance	En tant que représentants des actionnaires et des salariés, les membres du Conseil de surveillance assurent une surveillance de la conduite des affaires du Groupe au niveau stratégique, en veillant à ce que les normes éthiques soient à tout moment respectées. Le Conseil supervise le processus de gestion des risques du Groupe, en prêtant une attention particulière aux risques de non-conformité associés à toute pratique commerciale contraire à l'éthique.	Le Conseil de surveillance assure le suivi des pratiques de protection des données personnelles d'EMG au niveau stratégique. Conscient du rôle essentiel de la confidentialité des données personnelles dans le maintien de la confiance des clients et la protection de la réputation du Groupe, le Conseil supervise l'approche de gestion des risques liés aux données dans l'ensemble des opérations.
Comité d'audit et de gestion des risques	Cœuvrant sous l'autorité du Conseil de Surveillance, dont il est une émanation, le Comité d'audit et des risques examine le rapport relatif au Programme de Conformité au moins une fois par an. Il définit également les audits ciblés de ce programme afin d'assurer une surveillance continue et le respect constant des normes éthiques.	Le Comité d'audit et de gestion des risques est régulièrement informé des actions dédiées à la protection des données personnelles et réalise chaque année un examen du Programme de protection des données personnelles. En supervisant des audits ciblés, le comité identifie de manière proactive les vulnérabilités potentielles du Programme de protection des données personnelles d'EMG, afin d'éviter toute perturbation pouvant affecter nos clients et la réputation du groupe.
Directoire/Comité exécutif du Groupe (GEC)	Présidés par le Président du Directoire, ces deux organes jouent un rôle déterminant pour l'intégration des normes éthiques dans les activités quotidiennes. En approuvant le Plan annuel de conformité, ils définissent les priorités et les objectifs de conformité pour l'année, notamment en matière d'éthique des affaires, et s'assurent que ces objectifs sont intégrés dans les décisions	Le Directoire joue un rôle clé dans la gouvernance de la protection des données personnelles en examinant un rapport annuel du DPD du Groupe, qui présente l'avancement du Programme de Conformité en matière de protection des données personnelles, les initiatives à venir et les évaluations des risques. Le DPD du groupe informe immédiatement le Directoire de toute violation de données, ce qui permet

	opérationnelles et stratégiques. Le Directoire et le Comité Exécutif du Groupe jouent un rôle concret dans la mise en œuvre quotidienne du Programme de Conformité du Groupe, en pilotant son intégration dans l'ensemble de l'entreprise.	d'agir rapidement pour protéger les données personnelles des clients.
Comité Conformité	Composé de membres du GEC et de membres de l'équipe juridique et de conformité, le Comité Conformité est chargé de piloter la mise en œuvre efficace des initiatives de conformité. Il contrôle en permanence l'intégration des principes éthiques dans les activités du Groupe, examine les rapports annuels de conformité et fournit des orientations permettant d'améliorer les pratiques éthiques du Groupe.	Le Comité Conformité supervise l'exécution du Programme de Conformité d'EMG en matière de protection des données personnelles, entre autres questions liées à la conformité. Il élabore une feuille de route annuelle pour piloter les améliorations de la protection des données personnelles dans l'ensemble du Groupe, en mettant l'accent sur la transparence et le strict respect des normes réglementaires. En renforçant de manière proactive les pratiques de protection des données personnelles, le Comité Conformité veille à ce que les opérations d'EMG respectent à tout moment les normes de confidentialité et de sécurité, préservant ainsi la confiance des clients et la réputation du Groupe.
Équipe Conformité	Dirigée par le Directeur Conformité du Groupe, l'équipe Conformité s'assure de la mise en œuvre efficace des principes éthiques du Groupe dans l'ensemble des zones géographiques et unités commerciales. Cette équipe bénéficie du soutien des Directeurs généraux Conformité du Groupe et d'un réseau de Référents locaux pour la conformité couvrant tous les pays dans lesquels Europcar Mobility Group est présent. Cette structure permet à l'équipe Conformité de superviser efficacement l'application des normes éthiques dans divers contextes opérationnels, en assurant une mise en œuvre cohérente des politiques et pratiques de conformité.	Membre de l'équipe Conformité, le DPD du Groupe pilote la stratégie de protection des données personnelles d'EMG, en définissant des politiques à l'échelle du groupe alignées sur les exigences du RGPD et en les adaptant aux contextes régionaux. Les Champions du RGPD et les DPD locaux accompagnent cet effort en appliquant ces politiques au niveau local, en gérant les registres de protection des données et en répondant aux demandes des personnes concernées.  Cette organisation à plusieurs niveaux assure l'application cohérente des mesures de protection des données personnelles, réduisant ainsi le risque de violation des données ou d'accès non autorisé. Grâce à ces efforts coordonnés, EMG minimise les risques liés aux données personnelles de ses clients, améliore sa réactivité et maintient une conformité stricte avec l'ensemble des normes réglementaires applicables.

#### 4.1.2 – Éthique des affaires : politiques et actions

Europcar Mobility Group a mis en place un **Programme de Conformité** complet fondé sur des politiques rigoureuses d'éthique des affaires, garantissant ainsi une conduite des affaires éthique et responsable :

### Code de Conduite du Groupe

Le nouveau Code de Conduite, adopté en juin 2024, consolide les politiques précédentes et renforce l'engagement de l'entreprise en matière d'intégrité, de responsabilité et de conformité juridique.

*Pour plus d'informations, veuillez consulter le Code de conduite du Groupe disponible sur notre site Internet : <https://europcar-mobility-group.com/compliance/documents/681478f2e1692696946097.pdf>*

Ce code, qui prévoit une politique de tolérance zéro en cas de non-respect des normes, est obligatoire pour tous les salariés et sa mise en œuvre est étayée par une formation en ligne.

#### **⇒ Formation relative au Code de Conduite du Groupe**

Cette formation en ligne est obligatoire pour tous les salariés, quel que soit leur poste ou leur lieu de travail, et doit être suivie dans les 30 jours suivant leur embauche. Il garantit une intégration rapide et cohérente des exigences de conformité tout en renforçant le respect collectif des valeurs du Groupe.

Ce programme concerne tous les membres du personnel et inclut des contenus personnalisés pour les différents groupes cibles :

- salariés en stations ayant des interactions limitées avec la clientèle (la formation est conçue pour s'adapter aux contraintes opérationnelles, telles qu'un temps de disponibilité limité ou l'absence d'un accès systématique à un ordinateur) ;
- salariés en stations ayant d'importantes interactions avec la clientèle (module complet, adapté aux employés de station) ;
- salariés du siège, dont managers (module complet, adapté aux employés du siège).

### Politiques d'éthique des affaires

- **Politique d'alerte** : offre une plateforme confidentielle permettant aux salariés et aux parties prenantes de signaler des problèmes éthiques, avec une tolérance zéro pour toute forme de représailles.
- **Politique d'investigation** : assure un traitement professionnel, impartial et confidentiel de chaque alerte.

### Dispositif en matière de lutte contre la corruption et le versement de pots-de-vin

- **Cartographie des risques** : identifie et évalue les risques de corruption grâce aux commentaires des principales parties prenantes.
- **Système d'alerte** : offre un canal sécurisé de signalement des manquements, couvrant les domaines suivants : ressources humaines (p. ex., discrimination, harcèlement, intimidation) ; santé et sécurité ; confidentialité des données ; droit de la consommation ; environnement ; droit de la concurrence ; corruption et versement de pots-de-vin ; conflits d'intérêts ; droits humains ; fraude ; détournement de fonds ; blanchiment d'argent / financement du terrorisme ; cadeaux et invitations ; diligence raisonnable à l'égard des tiers ; sanctions internationales, fiscalité, contrôle des exportations ; toute autre conduite inappropriée potentielle, telle que le vol, l'utilisation abusive des actifs de l'entreprise, etc.
- **Diligence raisonnable à l'égard des tiers** : évalue les risques de conformité des partenaires externes.
- **Programmes de formation et de sensibilisation** :

- modules de formations en ligne obligatoires pour tous les salariés ;
- formation sur site pour les nouvelles recrues et les franchisés ;
- formation à l’outil de gestion des relations avec les tiers pour l’ensemble du personnel concerné ;
- module dédié à la conformité pour les nouveaux franchisés.
- **Mesures disciplinaires** en cas de violation, conformément au droit local en vigueur.
- **Amélioration continue** grâce au plan annuel de Conformité pour affiner et améliorer les initiatives de conformité ;
- **Politique relative aux cadeaux et invitations** régissant l’acceptation de cadeaux et leur déclaration.

#### Résultats obtenus en matière de conformité

Il convient de noter qu’Europcar Mobility Group n’a fait l’objet d’aucune condamnation pour corruption et versement de pots-de-vin au cours de l’exercice 2024.

#### 4.1.3 – Protection des données personnelles : politiques et actions

Pour atteindre les objectifs majeurs consistant à protéger les données personnelles des clients et des salariés, à prévenir toute violation de la confidentialité et à respecter des exigences réglementaires en constante évolution, EMG a mis en place un **Programme de Protection des Données Personnelles** exhaustif qui met l’accent sur la conformité et la gestion proactive des risques au niveau de ses filiales.

#### Politiques et procédures de protection des données personnelles

- **Politique de gouvernance de la protection des données personnelles** : définit les rôles et responsabilités du DPD du Groupe, des DPD locaux et des Champions du RGPD pour améliorer la conformité réglementaire.
- **Cartographie des risques liés à la protection des données personnelles** : identifie les points forts et les points à améliorer, autorisant une gestion proactive des risques et la prévention des incidents affectant la confidentialité des données personnelles.
- **Politique de protection des données personnelles des salariés** : assure une gestion responsable des données personnelles des salariés afin de préserver la confiance du personnel et assurer la conformité.
- **Procédure relative aux droits des personnes concernées** : définit la procédure de gestion des demandes des personnes concernées pour garantir la conformité réglementaire tout en réduisant les réclamations des clients.
- **Politique de protection de la vie privée et politique relative aux cookies** : assure la transparence du traitement des données personnelles, et couvre des domaines tels que les voitures connectées, les réseaux Wi-Fi publics et le consentement des utilisateurs.
- **Auto-évaluation du respect du RGPD** : intègre des principes de protection de la vie privée dès la conception des projets afin de minimiser les risques futurs.
- **Modèles de contrats et de conditions générales** : mise à disposition de contrats standardisés pour sécuriser la gestion des données de tiers.

#### Protection des données personnelles des clients dans les activités du service client

- Respect des exigences du RGPD, de la norme du PCI DSS et d’autres réglementations sur la gestion des données.

- Utilisation du chiffrement, de contrôles d'accès et d'audits de sécurité pour protéger les interactions à distance impliquant des données personnelles.
- Minimisation des données, pour garantir que la collecte et l'enregistrement des données personnelles des clients soient strictement limitées aux données nécessaires.
- Les clients bénéficient d'une transparence et d'un contrôle sur leurs données, avec des options d'accès, de modification ou de suppression de leurs données personnelles.

#### Sensibilisation et formations à la protection des données personnelles

Pour renforcer la conformité et la confiance des clients, EMG a lancé des initiatives visant à promouvoir les meilleures pratiques et à accroître la sensibilisation des salariés :

- Réunions mensuelles du réseau des DPD : renforcement de la collaboration et du partage des connaissances entre le DPD du Groupe et ses homologues locaux.
- Formation générale à la protection des données personnelles : création d'un module de formation en ligne destiné à tous les membres du personnel, pour s'assurer qu'ils comprennent leur rôle dans la protection des données personnelles.
- Formations ciblées : formation ciblée pour les membres du personnel gérant des données à haut risque, telles que les équipes de la PTO et du Service client.
- Projet d'adéquation : harmonisation des fonctions de traitement des données à l'échelle du Groupe pour assurer une conformité réglementaire uniforme et éviter les violations de données.

Ces mesures permettent à Europcar Mobility Group de renforcer de manière proactive son Programme de Conformité en matière de protection des données personnelles, en atténuant les risques et en assurant la confiance des clients et des membres du personnel.

## **4.2 – Relations avec les franchisés et les fournisseurs**

En complément de nos pratiques d'éthique des affaires et de protection des données, nous considérons nos relations avec nos fournisseurs et franchisés comme l'un des piliers clés de notre conduite des affaires.

Nous veillons à établir une relation responsable avec eux, fondée sur la confiance et le respect et sur une expression claire des attentes, qui favorise les interactions fructueuses et le travail collaboratif, pour viser conjointement le développement de nos activités respectives.

### **4.2.1 – Gestion des relations avec les franchisés**

Les partenaires franchisés avec lesquels EMG travaille sont des sociétés de location de véhicules établies qui opéraient précédemment de manière indépendante, sous leur propre marque, et dont l'empreinte est souvent régionale ou nationale (et dans certains cas, limitée à un seul ou à un petit nombre de pays).

Lorsqu'ils choisissent de devenir des franchisés d'Europcar ou de Goldcar, leur objectif est de bénéficier de marques internationalement reconnues, de mutualiser les services (notamment par la vente en ligne) et donc d'élargir leur clientèle et de développer leur activité.

Pour EMG, le partenariat avec les franchisés repose sur des objectifs communs : fournir à la clientèle un service de haute qualité, élargir son empreinte commerciale tout en partageant la réussite de l'entreprise dans le respect de l'éthique des affaires.

Dans ce cadre, les priorités de nos équipes centrales responsables de la relation avec les franchisés sont les suivantes :

- évaluer et accompagner les partenaires franchisés en utilisant nos marques, nos services et notre savoir-faire, afin de les aider à promouvoir nos marques tout en élargissant leur réseau de stations ;
- suivre leur conformité aux législations locales et internationales, ainsi qu'aux normes de qualité et aux pratiques commerciales du Groupe.

Plusieurs processus garantissent l'atteinte de ces priorités clés :

### **Ouverture ou renouvellement de franchises dans de nouveaux pays**

Pour conclure un accord (nouveau contrat ou renouvellement), les équipes centrales d'EMG suivent l'approche suivante :

- signature d'accords de confidentialité ;
- formulaires de diligence raisonnable ;
- obtention des comptes audités du partenaire ;
- réunions en présentiel (examen de l'organisation) ;
- négociations commerciales (structure tarifaire et réseau) ;
- approbation par le Directoire du nouveau partenaire ou du contrat de renouvellement ;
- élaboration d'un précontrat / projet d'accord ;
- élaboration de la version finale de l'accord et signature.

### **Mise en place de la franchise**

Lors de l'ouverture d'une franchise dans nos systèmes, les équipes centrales d'EMG suivent notamment les étapes suivantes :

- intégration des conditions générales dans les systèmes concernés ;
- réunions en présentiel et/ou à distance pour détailler les procédures de mise en place et fournir les connaissances nécessaires afin d'en garantir la bonne application.

### **Formation et accompagnement initial**

La formation et l'accompagnement constituent un volet fondamental de l'accord de franchise, par l'intermédiaire d'un cycle d'échanges continus, validés par l'accès à des processus et procédures clairement définis, ainsi que par des interactions régulières entre les équipes centrales d'EMG et le franchisé :

- fourniture au pays franchisé du document « Savoir-faire et procédures opérationnelles », détaillant des points de référence physiques ;
- semaines d'intégration ;
- sessions de formation individuelles (tête-à-tête) ;
- formation au système de reporting FAST ou AGT, pour assurer la déclaration exacte du chiffre d'affaires permettant l'édition des factures de redevances.

### **Accompagnement / formation en continu**

Pour nos franchisés situés dans des pays où nous ne détenons pas de filiales : chaque franchisé est rattaché à une région géographique directement gérée par l'un des Directeurs régionaux du Développement des partenaires internationaux (IPD), afin de promouvoir la croissance de l'activité et d'assurer un accompagnement continu, notamment en facilitant les échanges et le transfert de savoir-faire interentreprises.

L'accompagnement est en outre assuré par différents canaux :

- réunions de revue des activités et de développement à l'échelle du pays ;
- réunions des franchisés à l'échelle régionale ;
- conférence globale réunissant l'ensemble des franchisés ;
- sessions de formation régionales dédiées ;
- programme d'audit spécifique (les faiblesses identifiées définissent les domaines de formation).

Dans les pays où nous détenons des filiales, l'accompagnement est assuré par des canaux sur mesure, notamment des comités dédiés à des axes de travail spécifiques, des réunions mensuelles avec des représentants des franchisés, des événements professionnels semestriels.

### **Résiliation de contrat**

L'arrêt d'un contrat de franchise peut être à l'initiative de la société ou du partenaire franchisé.

En cas de résiliation, des règles prédéfinies sont appliquées s'agissant du préavis et des indemnités liées à la résiliation.

Ces règles visent à garantir que les franchisés disposent de suffisamment de temps pour gérer la transition et compenser toute perte de revenus résultant de la fin de leur droit d'utiliser les marques et services du Groupe.

Dans tous les cas, comme indiqué ci-dessus, nos franchisés sont des sociétés de location de véhicules bien établies, qui bénéficient de contrats supplémentaires grâce à notre relation contractuelle, mais qui sont en mesure de poursuivre leurs activités de manière indépendante en cas de résiliation du contrat de franchise.

## **4.2.2 – Gestion des relations avec les fournisseurs**

Qu'il s'agisse des achats liés à la flotte ou des achats hors flotte, le Groupe sollicite un grand nombre de fournisseurs et de contractants, et veille à ne pas être exposé au risque de dépendance à l'égard de quelques fournisseurs d'importance stratégique, comme en témoigne la taille de sa base de fournisseurs.

D'autre part, nous souhaitons mettre en place et maintenir une relation responsable avec nos fournisseurs, ce qui suppose d'appliquer un ensemble d'orientations, de politiques et de procédures pour gérer cette relation à chaque étape, contribuant ainsi à la stabilité financière de nos fournisseurs et évitant toute situation de dépendance à notre égard.

### **Normes d'achats hors flotte du Groupe**

Les normes d'achats hors flotte du Groupe définissent et décrivent :

- le processus d'approvisionnement global ;
- le rôle et la responsabilité de chaque partie prenante à chaque étape du processus d'achat.

Ces normes s'appliquent à toutes les entités du Groupe. Lorsque des normes spécifiques sont requises pour une entité particulière, des modifications peuvent être apportées dans un document spécifique à cette entité, toujours en se référant aux normes Groupe. Ces procédures spécifiques ne peuvent en aucun cas contredire les dispositions des normes Groupe et doivent être validées et approuvées par la Directrice des Achats hors flotte du Groupe.

Les normes Groupe couvrent tous les achats d'équipements et de services liés aux investissements (« CaPex ») et aux dépenses opérationnelles (« OpEx »), hormis les activités suivantes :

- acquisition, titrisation et financement de flotte ;
- assurances ;
- remises annuelles, commissions, honoraires d'agence ;
- partenariats marketing ;
- frais juridiques et honoraires des commissaires aux comptes ;
- financement d'entreprise.

Les normes Groupe incluent des règles d'or et des directives qui s'appliquent dans toutes les zones géographiques.

Règles d'or (exemples) :

- tous les achats doivent être effectués auprès de fournisseurs identifiés ou approuvés dans l'outil d'évaluation des tiers du Groupe, par le service achats et le service financier ;
- EMG doit représenter un niveau acceptable de dépendance dans le chiffre d'affaires du fournisseur, selon la catégorie de dépenses concernée ; le niveau de 30 % (part des commandes d'EMG dans le chiffre d'affaires du fournisseur) doit être un maximum. Si le seuil de 30 % est dépassé au cours d'une année, il doit être étroitement surveillé, décrit et documenté, et soumis à l'approbation du responsable local des achats ;
- lors du choix d'une solution externe (fournisseur, biens ou services), un processus transparent et concurrentiel doit être suivi, dans le respect des principes suivants :
  - ✓ application de critères objectifs et transparents (prix, qualité, délais et services) ;
  - ✓ décision fondée sur le coût total et une appréciation de bout en bout étayée par une analyse de rentabilité détaillée ;
  - ✓ examen d'offres concurrentielles, harmonisées et comparables, et prise de décision collégiale (parties prenantes).

Des orientations ont été définies pour :

- les appels d'offres / appels à candidatures ;
- la qualification et création de fournisseurs dans notre base de données ;
- la gestion et la documentation des contrats ;
- le suivi des performances des fournisseurs.

### **Normes d'achats pour la flotte du Groupe**

L'achat régulier de nouveaux véhicules revêt une importance critique pour l'activité d'EMG. En outre, la stratégie d'approvisionnement doit refléter les objectifs stratégiques des entreprises.

Par conséquent, le maintien de relations solides et durables avec nos fournisseurs de flotte dans un esprit de partenariat mutuel est un facteur clé de succès pour notre entreprise.

Dans ce contexte, EMG a défini une procédure rigoureuse et clairement documentée pour l'évaluation et la validation des contrats négociés avec ses fournisseurs de flotte, qui reflète la nature hautement stratégique des achats de flotte et l'esprit de partenariat qu'EMG s'attache à développer.

Les normes d'achats pour la flotte du Groupe sont conçues pour garantir que :

- les relations avec les fournisseurs de la flotte sont équilibrées :
  - lors de l'achat de gros volumes auprès de constructeurs automobiles, nous veillons à ce qu'EMG ne soit jamais en position dominante ni en situation de dépendance excessive vis-à-vis d'un nombre limité de fournisseurs ;
- une diversification est possible :
  - EMG est ouvert à l'achat de véhicules auprès de nouveaux fournisseurs, dans le cadre d'une approche dénuée de risques (faibles volumes, conditions contractuelles maîtrisées) ;
- les offres sont évaluées de manière approfondie et équitable :
  - l'évaluation des offres des constructeurs fait l'objet d'une gouvernance détaillée et rigoureuse décrite dans une procédure, impliquant (selon la délégation d'autorité), les responsables de d'achats de flotte, les directeurs de flotte nationaux et du groupe, ainsi que le Directoire ;

- toutes les offres des constructeurs sont gérées et évaluées en toute équité et transparence, et sont enregistrées dans l'outil centralisé « Deal Tool ».

#### **Pratiques de paiement**

- Les conditions de paiement d'EMG sont conformes au droit interne de chaque pays où le Groupe mène ses activités.
- La vulnérabilité potentielle de certains de nos fournisseurs est examinée au cas par cas, et des délais de paiement réduits peuvent s'appliquer à leur égard. C'est notamment le cas des fournisseurs indépendants et des PME, pour lesquels des conditions de paiement spécifiques peuvent être définies dans le cadre de la relation commerciale.

## 5 - Note méthodologique

### 5.1 - Période et champ d'application du Reporting RSE

La période de Reporting RSE porte sur l'ensemble de l'année calendaire 2024 (du 1<sup>er</sup> janvier 2024 au 31 décembre 2024).

À titre d'information, et sauf indication contraire, les chiffres de 2024 concernent les filiales Pays et Euromobil entre le 1<sup>er</sup> janvier 2024 et le 31 décembre 2024.

Le champ d'application du Reporting RSE couvre les holdings, le Shared Service Center, l'organisation Product and Tech, les filiales Pays (Allemagne, Australie, Belgique, Danemark, Espagne, États-Unis, Finlande, France, Irlande, Italie, Luxembourg, Norvège, Nouvelle-Zélande, Pays-Bas, Portugal, Royaume-Uni), ainsi qu'Euromobil.

Les données publiées sont les données consolidées au niveau Groupe, hormis les données de répartition des effectifs par pays. Elles n'incluent pas les réseaux de franchisés.

Le Reporting RSE 2024 inclut Euromobil, entité dans laquelle Europcar Mobility Group a pris une participation majoritaire à la fin de 2023.

**Remarque :** Le champ de publication n'est pas exhaustif pour tous les indicateurs, en particulier pour les indicateurs clés de performance, en raison de l'intégration récente de filiales et des différents niveaux de maturité des process de reporting.

### 5.2 - Organisation de la campagne de Reporting RSE

L'organisation de la campagne de Reporting RSE est détaillée dans un protocole reprenant l'ensemble des processus et méthodologies de la campagne de Reporting RSE. Ce protocole est disponible pour chaque contributeur.

#### Collecte de données

Le Reporting RSE est organisé et coordonné par le Sustainability Performance Manager du Groupe, en collaboration avec les correspondants RSE des holdings et des filiales Pays. Au niveau de chaque filiale, la collecte des données est gérée par les équipes responsables et concerne principalement les équipes Ressources Humaines, Opérations, Flotte et Contrôle de Gestion.

#### Outil de collecte

Pour collecter et consolider les données, et assurer la traçabilité des données et des processus, Europcar Mobility Group a utilisé le logiciel de collecte d'informations extra-financières en ligne de la société CORITY, Reporting 21. Ce logiciel a été déployé dans toutes les entités concernées par le Reporting RSE et a permis à une centaine de contributeurs de renseigner les données du Reporting RSE.

#### Contrôle et consolidation des données

##### 1. En interne

Dans chaque entité, les données sont vérifiées par les équipes chargées de la remontée des informations. Des contrôles de cohérence automatiques sont effectués par le logiciel de collecte, puis manuellement par l'équipe chargée d'analyser et de consolider les données au niveau du Groupe : comparaison des données entre pays,

comparaison avec les données historiques, ratios de contrôle localisés (par exemple sur le prix des ressources). Des contrôles sont également effectués par les équipes du siège et par le prestataire CORITY, tout au long de la campagne et à chaque étape clé. Ce travail de vérification implique de nombreux échanges avec les filiales Pays pour s'assurer de la concordance et de la robustesse des informations communiquées.

## **2. Vérification des données par un organisme tiers indépendant**

FORVIS MAZARS, l'un des Commissaires aux comptes de la Société, a été désigné comme Organisme tiers indépendant par Europcar Mobility Group pour rédiger un rapport sur la Déclaration de Performance Extra-Financière, conformément à la loi relative à la Déclaration de Performance Extra-Financière (DPEF ; loi n° 2018-898).

Cette année, les audits se sont déroulés en deux temps afin de garantir une meilleure qualité des données : en novembre et décembre 2024, les données des trois premiers trimestres ont été examinées par FORVIS MAZARS et en janvier, les données de l'année entière ont été auditées.

## **5.3 - Choix des indicateurs**

Pour réaliser son Reporting RSE, Europcar Mobility Group a défini une liste d'indicateurs basés sur ses principaux risques et opportunités.

Cette liste contient des indicateurs quantitatifs et qualitatifs, répartis en cinq grandes catégories : Environnement, Flotte, Social, Sociétal et Chaîne d'approvisionnement. Elle permet de couvrir les enjeux matériels du Groupe en termes de conformité et de dialogue avec les parties prenantes, mais également de collecter une information servant de base à la définition et au pilotage d'une stratégie RSE.

### **Précisions sur la méthodologie et principales limites**

Les entités couvertes par le Reporting RSE se trouvent dans des pays où les lois et les pratiques sont sensiblement différentes.

Le choix des indicateurs et leurs définitions sont discutés en amont avec les différents contributeurs des différentes entités afin de produire des indicateurs les plus adaptés possibles aux réalités du terrain.

### **Notes sur la définition de certains indicateurs**

- le taux d'absentéisme ne comprend pas les salariés en congé de maternité et de paternité ;
- les indicateurs relatifs à l'énergie et à l'eau n'incluent pas la consommation pour le lavage des véhicules par des prestataires de services externes ;
- les indicateurs de formation incluent les salariés qui ont quitté l'entreprise au cours de l'année.

### **Notes sur l'empreinte des émissions de gaz à effet de serre**

L'évaluation des émissions de GES est une mise à jour de l'évaluation réalisée par le bureau d'études spécialisé Carbone 4. Elle a été élaborée sur la base des données disponibles collectées lors de la campagne de reporting RSE 2024.

Pour les émissions de CO<sub>2</sub>, la consommation interne d'énergie (principalement l'électricité et le gaz) et de carburant (diesel et essence) du Groupe a été prise en compte. Des facteurs d'émission de carbone spécifiques à chaque pays ont été appliqués pour la consommation d'électricité, et des facteurs identiques ont été appliqués pour les autres postes. Lorsqu'ils sont disponibles, les facteurs d'émission utilisés proviennent de la base de données de l'ADEME.

## **Notes sur l'exclusion de certaines données requises par la loi sur la déclaration de performance extra-financière**

Compte tenu de son activité de location de véhicules et de fournisseur de solutions de mobilité, Europcar Mobility Group a exclu les indicateurs et les données relatifs à :

- l'économie circulaire ;
- la lutte contre le gaspillage alimentaire ;
- la lutte contre l'insécurité alimentaire, le respect du bien-être animal et l'alimentation responsable, équitable et durable ;
- le lien entre l'armée et la nation et le soutien aux réservistes.

## 6 - ANNEXE – Rapport de l'organisme tiers indépendant

Société au capital de 146 132 712 €

Siège social : 13 Ter Boulevard Berthier 75017 Paris, France

RCS Paris: 489 099 903

### **Rapport de l'organisme tiers indépendant sur la vérification de la déclaration consolidée de performance extra-financière figurant dans le rapport de gestion**

Exercice clos le 31 décembre 2024

#### **Aux actionnaires,**

En notre qualité d'organisme tiers indépendant, membre du réseau Forvis Mazars, commissaire aux comptes de la société Europcar Mobility Group, accrédité par le COFRAC Vérification sous le numéro 3-1895 (accréditation dont la liste des sites et la portée sont disponibles sur [www.cofrac.fr](http://www.cofrac.fr)), nous avons mené des travaux visant à formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur les informations historiques (constatées ou extrapolées) de la déclaration consolidée de performance extra financière (ci-après respectivement les « Informations » et la « Déclaration »), préparées selon les procédures de l'Entité (ci-après le « Référentiel »), pour l'exercice clos le 31 décembre 2024, présentées dans le rapport de gestion de la société Europcar Mobility Group (ci-après la « Société » ou l'« Entité »), en application des dispositions des articles L. 225 102-1, R. 225-105 et R. 225-105-1 du code de commerce (dans leurs versions antérieures au 1er janvier 2025).

#### **Conclusion**

Sur la base des procédures que nous avons mises en œuvre, telles que décrites dans la partie « Nature et étendue des travaux », à l'exception des éléments décrits ci-dessus, 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.

#### **Commentaire**

Sans remettre en cause la conclusion exprimée ci-dessus et conformément aux dispositions de l'article A. 225-3 du code de commerce, nous formulons le commentaire suivant : le risque d'éthique des affaires n'est pas couvert par un indicateur de performance. Le Groupe prévoit d'élaborer un indicateur de performance lié à ce risque en 2025.

#### **Préparation de la déclaration de performance extra-financière**

L'absence de cadre de référence généralement accepté et communément utilisé ou de pratiques établies sur lesquels s'appuyer pour évaluer et mesurer les Informations permet d'utiliser des techniques de mesure différentes, mais acceptables, pouvant affecter la comparabilité entre les entités et dans le temps.

Par conséquent, les Informations doivent être lues et comprises en se référant au Référentiel dont les éléments significatifs sont présentés dans la Déclaration ou sur demande au siège de la société.

## **Limites inhérentes à la préparation des Informations**

Les Informations peuvent être sujettes à une incertitude inhérente à l'état des connaissances scientifiques ou économiques et à la qualité des données externes utilisées. Certaines informations sont sensibles aux choix méthodologiques, hypothèses et/ou estimations retenues pour leur établissement et présentées dans la Déclaration.

## **Responsabilité de la Société**

Il appartient au Conseil d'administration :

- de sélectionner ou d'établir des critères appropriés pour la préparation des Informations ;
- 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 ;
- ainsi que de mettre en place le contrôle interne qu'il estime nécessaire à l'établissement des Informations ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs.

La Déclaration a été établie en appliquant le Référentiel de l'Entité tel que mentionné ci-avant.

## **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 (dans leurs versions antérieures au 1er janvier 2025) ;
- la sincérité des informations historiques (constatées ou extrapolées) fournies en application du 3° du I et du II de l'article R. 225 105 du code de commerce (dans leurs versions antérieures au 1er janvier 2025), à savoir les résultats des politiques, incluant des indicateurs clés de performance, et les actions, relatifs aux principaux risques.

Nous avons mené des travaux visant à formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur les informations historiques, constatées ou extrapolées.

Comme il nous appartient de formuler une conclusion indépendante sur les Informations telles que préparées par la direction, nous ne sommes pas autorisés à être impliqués dans la préparation desdites Informations, car cela pourrait compromettre notre indépendance.

Il ne nous appartient pas de nous prononcer sur :

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

## **Dispositions réglementaires et doctrine professionnelle applicable**

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués conformément aux dispositions des articles A. 225-1 et suivants du code de commerce, à la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention tenant lieu de programme de vérification et à la norme internationale ISAE 3000 (révisée).

Le présent rapport est établi conformément au programme de vérification RSE\_SQ\_Programme de vérification\_DPEF.

## **Indépendance et contrôle qualité**

Notre indépendance est définie par les dispositions prévues à l'article L. 821-28 du code de commerce et le code de déontologie de la profession de commissaire aux comptes. 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 textes légaux et réglementaires applicables, des règles déontologiques et de la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention.

## **Moyens et ressources**

Nos travaux ont mobilisé les compétences de 5 personnes et se sont déroulés entre octobre 2024 et mars 2025 sur une durée totale d'intervention de 11 semaines.

Nous avons mené une vingtaine d'entretiens avec les personnes responsables de la préparation de la Déclaration, représentant notamment la direction RSE, des ressources humaines, des ressources énergétiques, de la conformité, de la flotte automobile, des achats et de la satisfaction client.

## **Nature et étendue des travaux**

Nous avons planifié et effectué nos travaux en prenant en compte le risque d'anomalies significatives sur les Informations.

Nous estimons que les procédures que nous avons menées en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée :

- nous avons pris connaissance de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation et de l'exposé des principaux risques ;
- 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 (dans leurs versions antérieures au 1er janvier 2025) en matière sociale et environnementale ;
- nous avons vérifié que la Déclaration présente les informations prévues au II de l'article R. 225-105 (dans leurs versions antérieures au 1er janvier 2025) lorsqu'elles sont pertinentes au regard des principaux risques et comprend, le cas échéant, une explication des raisons justifiant l'absence des informations requises par le 2ème alinéa du III de l'article L. 225-102-1 (dans leurs versions antérieures au 1er janvier 2025) ;

- nous avons vérifié que la Déclaration présente le modèle d'affaires et une description des 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 afférents aux principaux risques ;

- nous avons consulté les sources documentaires et mené des entretiens pour :
  - apprécier le processus de sélection et de validation des principaux risques ainsi que la cohérence des résultats, incluant les indicateurs clés de performance retenus, au regard des principaux risques et politiques présentés, et ;
  - corroborer les informations qualitatives (actions et résultats) que nous avons considérées les plus importantes. Pour certains risques, « Protection et confidentialité des données » et « éthique des affaires », nos travaux ont été réalisés au niveau de l'Entité consolidante, pour les autres risques, des travaux ont été menés au niveau de l'Entité consolidante et dans une sélection d'entités\*;
- nous avons vérifié que la Déclaration couvre le périmètre consolidé, à savoir l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation conformément à l'article L. 233-16 avec les limites précisées dans la Déclaration ;
- nous avons pris connaissance des procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place par l'Entité et avons apprécié le processus de collecte visant à l'exhaustivité et à la sincérité des Informations ;
- pour les indicateurs clés de performance et les autres résultats quantitatifs que nous avons considérés les plus importants présentés en Annexe 1, nous avons mis en œuvre :
  - 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 ou d'autres moyens de sélection, 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 contributrices\* et couvrent entre 16 % et 100 % des données consolidées sélectionnées pour ces tests ;
- nous avons apprécié la cohérence d'ensemble de la Déclaration par rapport à notre connaissance de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation.

Les procédures mises en œuvre dans le cadre d'une mission d'assurance modérée sont moins étendues que celles requises pour une mission d'assurance raisonnable effectuée selon la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus.

L'organisme tiers indépendant,  
Forvis Mazars SAS  
Paris La Défense, le 3 avril 2025

\*Europcar Irlande, Europcar Espagne et Europcar Allemagne

## ANNEXE 1 - Informations revues en tests de détail

Thématiques	Indicateurs clés de performance et autres informations
Environnement	Part des véhicules hybrides rechargeables et électriques présents dans la flotte au 31 décembre
	Nombre de kilomètres réalisés par des véhicules hybrides rechargeables et électriques au cours de l'année
	Durée de vie moyenne de détention des véhicules
	Emissions moyennes de CO2/km des véhicules présents dans la flotte au 31 décembre
	Rejets de gaz à effet de serre liées aux consommations d'énergie et de carburants
	Part des véhicules lavés sans eau ni mouvement
	Part des filiales opérationnelles ayant initié une démarche de certification ISO 14001
Social	Effectif et répartition hommes/femmes
	Embauches et départs
	Part des collaborateurs ayant reçu une formation au cours de l'année
	Taux de fréquence des accidents du travail
	Part des collaborateurs couverts par un accord collectif
	Part des fournisseurs présentant un risque moyen ou élevé ayant été évalué sur leur performance RSE
	Net Promoter Score