

RAPPORT DE MISSION 2023

01 ÉDITO

— par le club des managers

Nous n'avons pas attendu d'être une Société à Mission pour prendre conscience des impacts de notre entreprise sur les hommes et leurs territoires... et pour agir en conséquence. FREY a toujours placé l'engagement social et environnemental au cœur de son activité.

Et pourtant les enjeux restent colossaux !

Nous avons donc décidé d'accélérer et depuis janvier 2021 nous sommes officiellement en Mission, engagés avec nos équipes sur une trajectoire responsable portée par notre raison d'être et les objectifs sociétaux ambitieux que nous nous sommes fixés.

Les défis sur la route sont nombreux :

- passer d'un simple statut juridique à une dynamique opérationnelle efficiente
- embarquer nos équipes et partager notre Mission et notre ambition avec l'ensemble de nos parties prenantes
- prendre désormais nos décisions à l'aune de notre Mission et trouver le juste équilibre entre une recherche légitime de performance économique et le respect de nos engagements sociétaux.

Et puis nous avons maintenant un réel devoir de cohérence et de crédibilité. Ce statut nous oblige !

Vouloir bien faire les choses ne suffit plus. En étant exigeants vis-à-vis de nos parties prenantes, comme nos prestataires ou encore nos locataires, nous nous devons d'être encore plus exigeants vis-à-vis de nous-mêmes.

Après 3 années de Mission, nous percevons déjà clairement les effets positifs au sein de l'entreprise.

Notre sens du collectif est renforcé.

Les objectifs sociaux et environnementaux sont désormais intégrés dans nos métiers.

La Mission est un « garde-fou », elle agit comme une boussole qui nous permet de garder le cap, d'embarquer nos équipes et de partager avec elles cette vision d'une entreprise engagée qui « prend sa part de responsabilité » et apporte, à son échelle, sa pierre à l'édifice.

Notre plus grand défi en tant que société à Mission est maintenant de rester mobilisés et de ne jamais penser que nous sommes arrivés. Et même si le contexte économique se durcit, grâce à la Mission, le cadre est posé et la trajectoire connue et partagée par tous.

La route est encore longue... mais ce voyage collectif est passionnant !

Le club des managers

➤ Nos managers :

Le club des managers de FREY est composé de l'ensemble des managers de l'entreprise. Ils ont chacune et chacun la responsabilité de l'un des quinze objectifs de la Mission. Tous les trimestres, le club se réunit et partage les sujets relatifs à la Mission.



SOMMAIRE

o1_Édito

par le club des managers page 02

o2_FREY

une foncière engagée page 06

o3_La Mission

chemin de la transformation page 08
le mot d'Antoine Frey page 09

o4_2021 / 2023

la parole au Comité de Mission page 10

o5_En route pour 2025

où en sommes-nous ? page 14

o6_Les 4 grands piliers

de la Mission pages 16 à 33

- Pilier 1 - Le commerce vecteur de mixité urbaine**
 - Le défi de la transformation des entrées de ville
- Pilier 2 - Le commerce vecteur de lien social & de résilience économique locale**
 - Nos centres au service de l'emploi local
- Pilier 3 - Le commerce vecteur de transition environnementale**
 - Le bail responsable chez FREY
- Pilier 4 - FREY, une entreprise au service de l'intérêt collectif**
 - Des collaborateurs acteurs de la Mission

➤ Mentions légales

Rédaction : newstart.biz

Crédits photos : © L35
© Fred Laurès - © Bartosch Salmanski
© Romain Bianco - © Nathalie Oundjian

Conception graphique :
© 2024 • grafil

Impression : Sprint

NOTRE RAISON D'ÊTRE :

Remettre le commerce au service de l'intérêt collectif



o7_Annexes

informations complémentaires pages 34 à 43

- Pour en savoir plus
- La gouvernance de la Mission
- Présentation du Comité de Mission
- Le tableau de bord détaillé

02 FREY — une foncière engagée



NOTRE RAISON D'ÊTRE :
Remettre le commerce au
service de l'intérêt collectif

– Pilier 1 –

Le commerce vecteur
de mixité urbaine

– Pilier 2 –

Le commerce vecteur
de lien social & de
résilience économique locale

– Pilier 3 –

Le commerce vecteur
de transition environnementale

– Pilier 4 –

FREY, une entreprise
au service de l'intérêt collectif



2024 : L'ANNÉE DE LA RECERTIFICATION B CORP™ !

En 2021, FREY est à la fois la première foncière et la première entreprise française cotée à recevoir la certification B Corp™ (Benefit Corporation)

Délivrée par l'organisme indépendant B Lab, cette certification internationale figure parmi les plus exigeantes et confirme les pratiques environnementales et sociales responsables de l'entreprise. Avec un score de 102.2 points⁽¹⁾, FREY prouve ainsi son niveau d'engagement envers ses parties pre-

nantes (actionnaires, investisseurs, fournisseurs, enseignes, collectivités locales, collaborateurs et visiteurs de ses lieux de commerce). Cette certification marque à la fois la concrétisation de ces années d'engagement mais aussi le début d'une nouvelle aventure vers toujours plus d'impact positif.

En 2024, FREY doit de nouveau passer l'examen. Nous y sommes !

⁽¹⁾ Attribué à partir des réponses à un questionnaire de plus de 200 questions (le BIA) et à la suite d'un audit scrupuleux qui dure plusieurs mois. Le score minimal de 80 points est requis pour être certifié.

FREY
en quelques chiffres

2,1 Md€
Patrimoine économique

761.087 m²
GLA Surface du patrimoine

1.270
Nombre total de baux

574 M€
Investissements
projets en cours

101
collaborateurs dont

100%
impliqués dans la Mission



➔ Pour aller plus loin

Découvrez l'ensemble de nos engagements sur le site web dédié à notre Mission : frey-lamission.fr

03 LA MISSION

— chemin de la transformation

Création de FREY
Entrée en Bourse (Euronext)
Création de Greencenter
1^{er} concept de retail parc
éco-responsable



1^{ère} requalification française
d'une zone commerciale
d'entrée de ville (Troyes)
1^{ère} foncière à recevoir la
certification HQE Aménagement



Création
du Groupement
Forestier FoREY

FoREY

1^{er} Rapport de Mission
publié en février

**Obtention du label E+C-
(Niveau E3C1)**

en mars pour le projet de
centre commercial Open
1^{er} label E+C- décerné
(phase conception)
à un projet de commerce

En juillet, FREY
nommée par B LAB
« **Best for the World 2022** »
parmi les 5% des entreprises B Corp
les mieux classées au niveau mondial
dans la catégorie environnement

**1^{er} bilan
de la Mission**

20
08

20
13

20
20

Entreprise
B
Certifiée

20
22



20
25

20
10

Soissons
1^{er} retail parc
français certifié HQE

HQE

20
17

Création du concept
Shopping Promenade
nouvelle génération de
centre commercial de plein air
expérientiel et responsable
Ouverture du 1^{er} opus à Amiens

20
21

FREY devient
Société à Mission
en janvier et modifie ses
statuts. Sa raison d'être :
« **remettre le commerce au
service de l'intérêt collectif** »

**1^{ère} réunion
du Comité de Mission**
le 1^{er} juillet

Certification B Corp
en juin avec **102,2 points**

Ouverture en janvier de
COMMUNALE

grande halle gastronomique,
culturelle et festive située au cœur
du quartier des Docks à Saint-Ouen (93)

Publication
du 3^{ème} Rapport de Mission

Continuer notre route

*Trois années déjà que nous avons adopté
cette qualité de Société à Mission !
Trois années pendant lesquelles nous
avons pu identifier plus précisément
l'ensemble des défis sociétaux qui se
présentaient à nous, tout en s'attendant
à les relever l'un après l'autre. Et pour
y arriver, nous pouvons compter sur
l'énergie débordante de nos colla-
borateurs, sur la bienveillance et
la vigilance de notre Comité de
Mission, et bien entendu sur le
support de toutes nos parties
prenantes.*

*Et même s'il est encore tôt pour
un vrai bilan, nous mesurons déjà
clairement les premiers effets positifs
de cet engagement.
Notre sens du collectif est renforcé,
nous avons intégré des objectifs
sociaux et environnementaux dans
tous nos métiers, et nous avons consolidé
nos avancées en faveur d'un urbanisme
commercial durable. Chaque jour, notre
engagement envers l'intérêt collectif
s'incarne dans nos actions, de la
conception de nos projets à l'impact
de nos actifs sur l'environnement.*

*Notre plus grand défi est maintenant de
rester en action, mobilisés et soucieux
de continuer à avancer ensemble, avec
résilience et audace, portant haut nos
valeurs et notre engagement.*

Antoine Frey, PDG

04_ 2021 / 2023

3 années de Mission la parole au Comité !



Nathalie Palladitchev
Présidente du Comité de Mission

La démarche entamée courageusement par FREY n'est pas un chemin linéaire. Les obstacles sont nombreux et les équipes doivent s'adapter en permanence et faire corps. L'enseignement principal de ces premières années de mission, au-delà de l'ambition affichée d'investir durablement, est certainement l'effet fédérateur du projet pour les collaborateurs de l'entreprise. La route est encore longue mais il est important de reconnaître et d'apprécier le franchissement d'étapes importantes au fur et à mesure de cette démarche, car la cible est mouvante et ne sera jamais totalement atteinte.



Elisabeth Laville

Depuis 2021, FREY a mis en place beaucoup d'« incontournables » de la démarche qui ont porté leurs fruits. L'heure est sans doute venue de s'attaquer aux dilemmes, aux limites, aux points de résistance. C'est un challenge difficile mais stimulant pour maintenir l'ambition et l'exigence initiales, projet après projet. Il s'agit avant tout de voir les contraintes sociales et écologiques comme des sources d'innovation. Il ne faut ni se décourager ni se reposer sur les accomplissements significatifs de ces dernières années.



Clémence Bechu

C'est formidable de constater la manière dont les différentes équipes de FREY se sont saisies du projet.

Il est très inspirant de voir à quel point des sujets transverses à enjeu sociétal permettent de "casser les silos" au sein de l'entreprise. C'est d'autant plus important dans un contexte économique et social compliqué. Savoir prendre du recul et critiquer une situation, gérer les conflits et faire converger les idées, capitaliser sur la force du collectif : voilà le triptyque indispensable pour avancer vers un demain désirable.



Luc Blanchet

Malgré une conjoncture mouvante et tendue, FREY reste fidèle à ses engagements et c'est remarquable ! Dirigeant également une Société à Mission, je constate les effets positifs sur toutes les parties prenantes, notamment les fournisseurs et les collaborateurs. Le défi principal : s'adapter en permanence face aux enjeux qui évoluent tout en restant pragmatique et en maintenant une certaine cadence. La rapidité et la capacité d'exécution resteront des atouts majeurs et différenciants.



Carine Stoeffler

Cette aventure collective nous montre clairement qu'il est possible pour une entreprise de passer au-delà des clivages "concurrentiels" ou "sectoriels" et d'avoir des échanges ouverts et constructifs avec d'autres sociétés, quels que soient leur taille ou secteur d'activité. Cette qualité de Société à Mission implique une plus grande responsabilité envers nos parties prenantes mais elle apporte également un sens et une profondeur supplémentaire aux notions d'entreprise et d'entrepreneuriat.



Christophe Garot

Après ces 3 premières années de mission, en tant que membres du comité, nous cernons maintenant assez bien les enjeux "business" moyen et long terme de FREY, ce qui nous permet de questionner légitimement les objectifs de Mission, mais aussi de nous assurer de la cohérence indispensable entre la raison d'être affirmée et les nouvelles directions stratégiques et opérationnelles prises par l'entreprise pour assurer sa croissance.

➔ Pour aller plus loin : voir la présentation des membres du Comité de Mission en pages 40 & 41



Communale - Saint-Ouen (93)

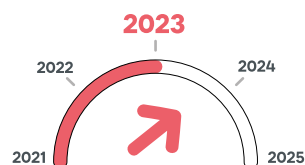


LA MISSION en action

05 EN ROUTE VERS 2025 : où en sommes-nous ?

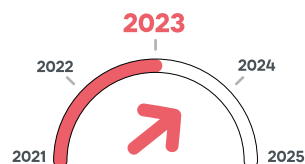
PILIER 1

Le commerce vecteur de mixité urbaine



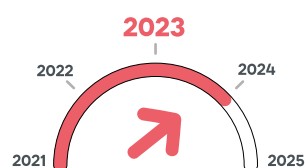
Objectif n°1

Développer la mixité et la densité de nos sites et de nos projets



Objectif n°2

Optimiser les accès bas carbone à nos sites

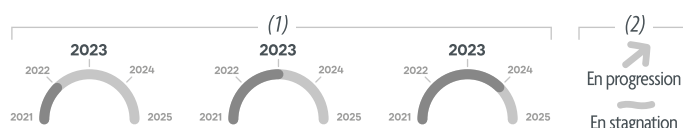


Objectif n°3

Mieux intégrer les enjeux des territoires dans la conception de nos projets et la gestion de nos actifs

En route vers 2025 !

Ce système de jauge permet d'apprécier à la fois la progression de chaque objectif vers notre 1^{re} étape de Mission en 2025⁽¹⁾, ainsi que la dynamique (progression ou stagnation) de l'année en cours⁽²⁾

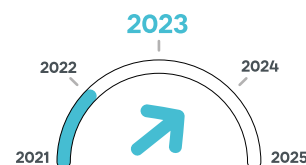


Exemples :



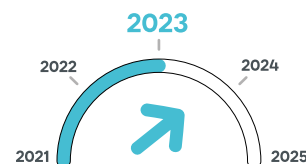
PILIER 2

Le commerce vecteur de lien social & de résilience économique locale



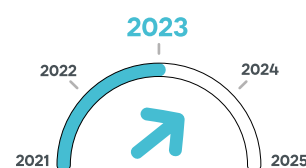
Objectif n°4

Devenir un acteur incontournable des territoires dans la valorisation des emplois locaux



Objectif n°5

Faire de nos sites des lieux de rencontre entre le public et les acteurs du tissu social et solidaire local



Objectif n°6

Faire de nos sites des lieux d'échange entre consommateurs et producteurs locaux



Objectif n°7

Mettre nos lieux au service de l'art urbain

PILIER 3

Le commerce vecteur de transition environnementale



Objectif n°8

Faire l'acquisition de forêts en France et les exploiter durablement



Objectif n°9

Développer des projets sobres en carbone



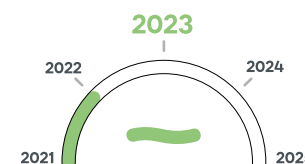
Objectif n°10

Promouvoir les mobilités décarbonées



Objectif n°11

Renforcer le suivi et la réduction des consommations de nos actifs et optimiser le traitement de nos déchets



Objectif n°12

Accompagner et inciter les preneurs via un Bail Responsable

PILIER 4

FREY, une entreprise au service de l'intérêt collectif



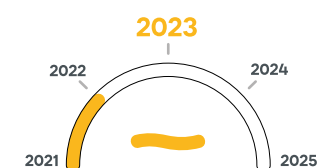
Objectif n°13

Inclure nos collaborateurs dans la Mission



Objectif n°14

Engager nos prestataires dans la Mission



Objectif n°15

Sensibiliser et partager la Mission avec les usagers de nos sites

4 LES GRANDS PILIERS de la Mission

06 — Pilier 1 : *le commerce vecteur de mixité urbaine*

NOS DÉFIS :

RECONSTRUIRE, DENSIFIER, CONNECTER

Face à la nécessaire mutualisation et densification des espaces urbains pour lutter contre l'artificialisation des sols, nous avons plus que jamais besoin de lieux mixtes où vivre diverses expériences, de nouvelles polarités contribuant à la vie urbaine, des lieux évolutifs et modulables qui anticipent les besoins futurs.

FREY s'engage donc à réinventer l'imaginaire des centres commerciaux pour en faire des lieux mixtes où des usages variés trouvent leur place (commerces, loisirs, services, bureaux, logements, espaces productifs...), intégrés à leur environnement et répondant aux besoins des territoires.

OBJECTIF N°1

Développer la mixité et la densité de nos sites et de nos projets

RÉALISATIONS 2023

36%
de mixité pour
les projets en cours
(vs objectif de 30%)

Étude du potentiel
de densification sur
2
actifs cibles

OBJECTIF N°2

Optimiser
les accès bas carbone
à nos sites

RÉALISATIONS 2023

Amélioration des
mobilités douces sur
4
nouveaux actifs

Déploiement du référentiel
en Espagne et au Portugal
(audit et plan d'action)

OBJECTIF N°3

Mieux intégrer les enjeux des
territoires dans la conception de nos
projets et la gestion de nos actifs

RÉALISATION 2023

Déploiement et suivi
du référentiel
sur les projets éligibles



Festival des cultures urbaines
Shopping Promenade Cœur Alsace Strasbourg (67)

06 Focus objectif 1

le grand défi de la transformation des entrées de ville



Toutes les grandes agglomérations sont aujourd'hui confrontées au même défi de restructuration de leurs entrées de ville. Écologiques, urbains, sociaux et économiques, les enjeux liés à ces mutations sont colossaux.

Forte d'un savoir-faire éprouvé dans la requalification de ces « morceaux de ville » et pleinement engagée à relever ces enjeux au travers de bon nombre de ses objectifs de Mission, FREY se place comme un partenaire naturel des collectivités pour relever ces défis.

LES ENJEUX DE LA TRANSFORMATION DES ENTRÉES DE VILLE À L'HEURE DU ZAN (ZÉRO ARTIFICIALISATION NETTE) ET DES DÉFIS CLIMATIQUES

• Préserver la dynamique économique existante

72% des dépenses des Français dans le commerce sont réalisées au sein de ces zones d'entrées de ville*.

• Trouver de nouvelles ressources foncières pour répondre aux besoins de développement des territoires

4.000 ha de surfaces foncières mobilisables rapidement sur les 55.000 ha de fonciers déjà artificialisés au sein des 21 plus grandes agglomérations françaises**.

• Intégrer une plus grande mixité de fonctions (logements, équipements, mobilité...) et répondre à la crise structurelle du logement

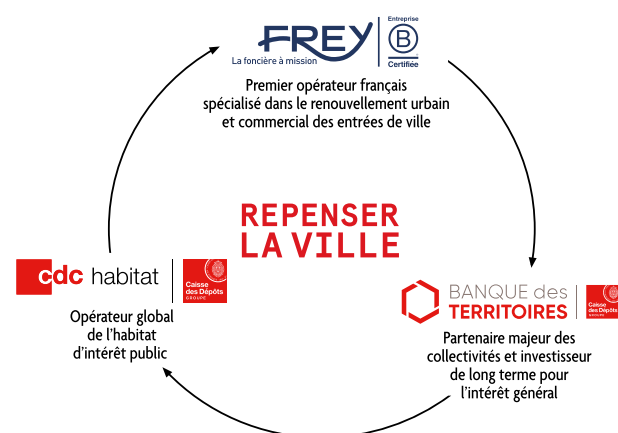
Un potentiel théorique d'environ 70 millions de m² de densification à usage mixte, soit près d'1 million de logements.

• Accélérer la transition écologique de l'ensemble urbain considéré

Développement de la « nature en ville », traitement des îlots de chaleur et construction de bâtiments bas carbone.

*Source : sondage OpinionWay pour la Fédération des Acteurs du Commerce - ** Source : étude menée par FREY

REPENSER LA VILLE : LA CRÉATION D'UN NOUVEL OUTIL POUR TRANSFORMER LES ENTRÉES DE VILLE



➔ Les chiffres clés :

Création d'un véhicule de portage foncier d'une capacité initiale de

200 M€*

Partenariat** d'une durée de

20 ans

* Investissement total après application d'un effet de levier de 50%.

** Partenariat soumis à l'obtention des autorisations nécessaires auprès des autorités de la concurrence.

Thierry Laget
Directeur Adjoint
CDC Habitat



“ Pour changer le regard sur les zones commerciales de périphérie, les transformer et les considérer comme de véritables quartiers de ville, une condition nécessaire sera d'y implanter du logement, dans le cadre d'opérations urbaines mixtes. En d'autres termes, « de mieux urbaniser le commerce grâce au logement ».

CDC Habitat et FREY concourent au même objectif de construire des programmations urbaines favorisant le bien-être et le vivre ensemble des habitants.

Les défis à relever sont nombreux. La crise immobilière rendra plus complexe l'émergence de nouveaux projets. La pénurie de logements qui risque d'en résulter appellera l'émergence de projets permettant une offre de logements accessibles et apportant les services urbains « de la ville du quart d'heure ».

La transformation de quartiers commerciaux proches des centres villes, bien desservis par des transports en site propre, constitue donc une opportunité vers une offre urbaine adaptée à la demande des habitants.

L'association d'acteurs comme la Banque des Territoires, FREY et CDC habitat apporte une réponse inédite à ces nouveaux défis. Ce partenariat permettra à la SAS Repenser la Ville d'être un partenaire majeur des territoires dans la mise en œuvre des objectifs de transition écologique et l'application de la loi sur le ZAN, ainsi que dans le développement de projets à même de renforcer l'attractivité des territoires par la mutation d'entrées de ville en des quartiers mixtes.

L'exemple de Montigny-lès-Cormeilles : 1^{er} démonstrateur de Repenser la Ville



Le service Aménagement de FREY

“ À Montigny-lès-Cormeilles, nous nous attelons avec nos partenaires à relever ce défi de reconstruire la ville sur la ville !

Pour cela, nous organisons un phasage opérationnel complexe et nécessaire (acquisition des fonciers, démolition, remembrement, aménagement et création de nouvelles polarités urbaines mixtes) tout en préservant les commerçants en place de toute rupture d'activité synonyme de perte de chiffre d'affaires.

Le service Aménagement de FREY : de gauche à droite : Guillaume Sagot, Cyrille Demarque, Marc Lecocq et Aurélie Bouillard-Gentils

06 Pilier 2 : le commerce vecteur de lien social et de résilience économique locale

NOS DÉFIS :

ANCREDER ET CRÉER DE LA VALEUR POUR LES TERRITOIRES

Face à la perte de lien social dans les villes, nous avons à cœur de recréer des espaces de vie propices aux moments de partages et d'échanges. Nous souhaitons également que nos sites profitent au développement économique des territoires sur lesquels ils sont implantés. Via son ancrage local, FREY souhaite être un véritable partenaire économique et social des territoires. Notre ambition est ainsi de soutenir les entrepreneurs et commerçants locaux, d'accueillir des associations, de valoriser les productions locales et de faire de nos centres des espaces d'art et de culture.

OBJECTIF N°4

Devenir un acteur incontournable des territoires dans la valorisation des emplois locaux

RÉALISATIONS 2023

10

événements dédiés à l'emploi organisés sur 4 sites en France

OBJECTIF N°6

Faire de nos sites des lieux d'échange entre consommateurs et producteurs locaux

RÉALISATIONS 2023

11

marchés des producteurs et artisans locaux organisés sur 6 sites en France et au Portugal

OBJECTIF N°5

Faire de nos sites des lieux de rencontre entre le public et les acteurs du tissu social et solidaire local

RÉALISATIONS 2023

14

événements en lien avec les associations locales organisés sur 8 sites en France et en Espagne

OBJECTIF N°7

Mettre nos lieux au service de l'art urbain

RÉALISATIONS 2023

15

nouvelles fresques monumentales de street-art réalisées sur 5 sites en France en Espagne et au Portugal

Organisation du

5^{ème}

festival de street art de Clos du Chêne avec la réalisation de 18 nouvelles œuvres



06 Focus objectif 4

nos centres commerciaux au service de l'emploi local

Conscient des forts enjeux liés à la problématique du recrutement, notamment pour les métiers « en tension » comme ceux de la restauration, FREY a décidé de s'investir davantage auprès des Collectivités en développant différentes initiatives, se positionnant ainsi comme un facilitateur de l'emploi.



Shopping Promenade Cœur Alsace
Strasbourg (67)



FREY ET PÔLE EMPLOI : DES PARTENAIRES DE LONGUE DATE

Le partenariat entre Pôle Emploi et FREY n'est pas nouveau. Nous avons déjà travaillé étroitement ensemble avant l'ouverture de Shopping Promenade Cœur Alsace*, afin de guider les enseignes dans leurs recrutements et de s'assurer que les offres soient avant tout adressées aux demandeurs d'emplois du bassin local.



Farah Fekih-Slimane,
Conseillère entreprise en charge du Shopping Promenade
et Frédérique Mangold,
Responsable du Service Entreprise
Pôle Emploi Strasbourg-Hautepierre

DONNER ENVIE PAR L'INNOVATION

Un centre commercial qui se positionne dans l'écosystème local comme un « facilitateur de l'emploi » c'est en soi une initiative innovante. Shopping Promenade Cœur Alsace et son équipe de direction ont su « sortir des sentiers battus » en mobilisant les enseignes lors d'une journée dédiée. Ces dernières ont pu rencontrer des demandeurs d'emplois, leur faire découvrir les métiers du commerce et valoriser leur secteur d'activité.

LES MÉTIERS EN TENSION EN 1^{RE} LIGNE

Notre plus grand défi est certainement d'axer nos efforts sur les métiers en tension, et notamment la restauration. Ces métiers sont parfois dévalorisés depuis quelques années. Avec Shopping Promenade, en tant que partenaires de l'emploi, nous devons innover plus encore afin de mettre ces métiers en lumière et de « redonner envie » aux demandeurs d'emplois.

à noter

*FREY signe systématiquement une « convention emploi » avec les partenaires locaux de l'emploi lors du développement de ses projets sur les territoires.

La foncière se place comme un facilitateur en faisant le lien entre Pôle Emploi et les futurs enseignes. Un « guichet unique » est ainsi créé spécialement pour mettre en contact enseignes et demandeurs d'emplois.

En 2023, deux grandes initiatives menées sur le Shopping Promenade Cœur Alsace

La journée « Job Meeting »

100 % DES ENSEIGNES ET DES PRESTATAIRES DE SERVICE ŒUVRANT SUR LE SITE MOBILISÉS

Journée organisée en partenariat avec les partenaires sociaux locaux
(Pôle Emploi - Maison de l'Emploi - MLRE - CCI - CMA et EPIDE)

Objectifs :

- Pour les enseignes : promouvoir les métiers du commerce, des loisirs et de la restauration
- Pour les demandeurs d'emplois : découvrir les métiers sur site et interagir directement avec les employeurs



Jonas Schodel,
directeur du Shopping
Promenade Cœur Alsace



L'organisation de ces 2 journées « pilotes » aura été l'occasion pour Shopping Promenade d'affirmer son rôle de « catalyseur de l'emploi local » et de s'inscrire comme un véritable partenaire auprès des enseignes, de Pôle Emploi et des missions locales, et de tous les chercheurs d'emploi du bassin de vie.

La journée « Aller vers »

JOURNÉE DE DÉCOUVERTE DES MÉTIERS DU COMMERCE POUR 42 JEUNES EN SITUATION D'INSERTION, ORGANISÉE EN PARTENARIAT AVEC LA MISSION LOCALE (PLRE DE SCHILTIGHEIM)

Objectifs :

mêler la théorie et la pratique, accompagner ces jeunes vers leurs 1^{ers} stages professionnels

- Formation et préparation aux entretiens d'embauche au sein du Social Club
- Prospection auprès des enseignes : dépôt de candidatures spontanées





Les collaborateurs de FREY lors de la journée « travaux sylvicoles » organisée dans l'une des forêts du Groupe à Messigny-les-Ventoux (21)

06 Pilier 3 : le commerce vecteur de transition environnementale

NOS DÉFIS :

MINIMISER ET ACCOMPAGNER

L'immobilier commercial fait face à de nombreux défis : réduction de l'artificialisation des sols, sobriété de la construction et de l'exploitation, développement de l'utilisation du bois de construction dans le respect de la biodiversité, économie circulaire.

Face à ces enjeux environnementaux, FREY prend des engagements concrets pour accompagner la transition écologique de son activité.

Sur le périmètre immobilier, FREY travaille sur des modes de construction bas carbone, une gestion énergétique performante, le développement des énergies renouvelables, etc.

Au-delà de ce périmètre de responsabilité directe, nous devons également accompagner nos visiteurs et nos locataires vers des pratiques plus responsables.

OBJECTIF N°8

Faire l'acquisition de forêts en France et les exploiter durablement

RÉALISATIONS 2023

Poursuite des investissements pour la reconquête de la biodiversité

75€
ha/2023

OBJECTIF N°9

Développer des projets sobres en carbone

RÉALISATIONS 2023

Application du SMO* Bas Carbone sur les projets éligibles

Participation au groupe de travail pour l'élaboration du futur label BBKA Commerce

* SMO : Système de Management Opérationnel

OBJECTIF N°10

Promouvoir les mobilités décarbonées

RÉALISATIONS 2023

2,7%

de l'ensemble des places de stationnement du patrimoine FREY équipées en bornes de recharge pour véhicules électriques (objectif 5% en 2025)

OBJECTIF N°11

Renforcer le suivi et la réduction des consommations de nos actifs et optimiser le traitement de nos déchets

RÉALISATIONS 2023

Mise en œuvre des
1ères

actions pour réduire les consommations d'eau et d'électricité sur les actifs français et réalisation d'audits pour les actifs ibériques

Définition d'un plan d'action pour réduire l'impact des déchets des actifs à horizon 2025

OBJECTIF N°12

Accompagner et inciter les preneurs via un Bail Responsable

RÉALISATIONS 2023

Déploiement du Bail Responsable pour 3 sites pilotes identifiés

Création d'une annexe sociale incitative

(déploiement initialement prévu en 2023 et reporté en 2024 en accord avec le Comité de Mission)

06 Focus objectif 12

le bail responsable au cœur de la relation bailleur & locataire

DEPUIS SA CRÉATION EN 2008, FREY SUIT UNE TRAJECTOIRE RESPONSABLE FAISANT DU DÉVELOPPEMENT DURABLE ET DE L'ENGAGEMENT SOCIÉTAL DES MARQUEURS FORTS DE SES PROJETS, TANT DANS LE DÉVELOPPEMENT QUE DANS LA GESTION DE SON PARC LOCATIF.

Parmi les principaux objectifs de cette stratégie figurent la réduction des émissions de gaz à effet de serre, et plus généralement de l'impact environnemental liés aux activités commerciales de l'ensemble du patrimoine géré par la foncière en tant que bailleur.

Pour encourager cette transition vers un commerce plus responsable, l'implication de l'ensemble des parties prenantes (collectivités, locataires, prestataires et visiteurs) est indispensable. C'est dans ce cadre que FREY a mis en place son modèle de « bail responsable »



Le bail responsable « FREY » c'est :

- **L'affichage clair et assumé** dès le début du bail d'une ambition sociétale portée par les deux parties, bailleur et locataire.
- **Depuis 2021, une annexe environnementale** engageante et contraignante cadrant à la fois des exigences en terme d'aménagement et d'exploitation du point de vente.
- **À partir de 2024, une charte de responsabilité sociale** incitative exposant les grands principes d'une gestion responsable des ressources humaines (voir zoom ci-contre).

ZOOM SUR : LA CHARTE DE RESPONSABILITÉ SOCIALE ANNEXÉE AUX BAUX DE FREY

En complément de l'annexe environnementale, FREY partage depuis début 2024 avec ses locataires signataires d'un bail responsable une charte de responsabilité sociale.

Société à Mission, certifiée B Corp, l'entreprise place le respect et le bien-être de ses collaborateurs et de l'ensemble de ses parties prenantes au cœur de sa stratégie RSE.

Cette charte, signée par FREY en tant que bailleur et par l'enseigne en tant que locataire, a pour objectif de référencer et partager de manière non exhaustive les bonnes pratiques et les grands principes d'une gestion responsable des ressources humaines sur le lieu de travail, notamment en termes d'éthique, de respect des droits de l'homme, de justice et d'équité, de non-discrimination ou encore de qualité, de sécurité ou de bien-être des collaborateurs.

➔ à noter

Cette charte ne se veut pas contraignante. Elle a été rédigée dans un esprit de partenariat et de co-construction entre FREY et l'ensemble de ses enseignes locataires.

LE BAIL RESPONSABLE FREY : LA PREUVE PAR L'EXEMPLE

GENTLEMAN DU BICYCLE EST LE 1^{ER} COMMERCE OUVERT
PAR SON FONDATEUR MAXIME GOUA DE BAIX.

C'est un atelier de réparation de vélos... mais également un coffee shop ! Le magasin est situé à Saint-Ouen (93) au cœur du projet des Docks inauguré par FREY début 2024. L'équipe juridique de la foncière a signé avec le commerçant un Bail Responsable et l'a accompagné tout au long de son ouverture.



LE BAIL RESPONSABLE côté locataire

par Maxime Goua de Baix, commerçant du quartier des Docks à Saint-Ouen-sur-Seine (93)

Une démarche sincère et engageante pour les 2 parties

C'est encourageant de constater qu'un bailleur place les enjeux sociétaux au cœur de la relation avec ses locataires. En signifiant son engagement et ses attentes au tout début du bail, FREY envoie un message positif.

Une démarche cohérente

En tant que commerçant indépendant, être accompagné sur le volet « impact environnemental » est précieux. Cela peut nous éclairer sur les solutions à déployer, notamment dans le cadre de l'ouverture d'un premier commerce.

En tant que « commerçant engagé », ce Bail Responsable résonne également. En réparant plutôt que remplaçant, je m'efforce de

prolonger la durée de vie des vélos de mes clients. Tout cela va dans le bon sens !

Une démarche qui doit continuer de progresser

Ce bail vert et responsable donne un socle solide à cette relation engagée entre bailleur et preneur. Mais ce n'est qu'un début et il faut sans doute aller plus loin demain. Pourquoi pas par exemple nous accompagner en nous recommandant des entreprises de travaux sensibilisées aux sujets de l'impact environnemental, ou encore nous aider à mieux gérer nos déchets en nous apportant des solutions innovantes pour le tri et la valorisation !

Cela permettrait de rendre ce bail d'autant plus concret.

LE BAIL RESPONSABLE côté Bailleur



par Céline Viard-Aubriet,
Directrice juridique Leasing &
Grégory Samocki, Directeur commercial

“Auparavant, chez FREY, la relation entre le bailleur et son futur preneur était avant tout une discussion juridique et financière. La conception durable du point de vente et son exploitation raisonnée n'était pas centrale. Les enjeux climatiques grandissant, les intérêts des deux parties se sont naturellement alignés pour faire face ensemble à ces nouveaux défis. Le bail responsable a profondément modifié notre relation avec cette partie prenante essentielle que représente nos locataires, dans le sens d'un échange contractuel constructif qui place les questions sociétales au cœur des discussions.

Historiquement, notre relation « Bailleur & Preneur » n'était que juridico-financière.

Les 2 parties n'avaient que très peu d'intérêt quant au bilan carbone des aménagements et de l'exploitation quotidienne du point de vente.

Le Bail Responsable nous a poussé à sortir de nos tranchées historiques afin d'avoir un échange contractuel constructif. Le Bailleur s'engage à construire des centres d'intérêts collectifs bas carbone et le Preneur des points de vente responsables. Le tout dans un intérêt commun qui est de répondre à l'exigence grandissante de notre consommateur final et à l'urgence climatique que nous vivons.



La team FREY en action à
l'Épicerie Sociale et Solidaire
de Reims (51)

06 — Pilier 4 : FREY

une entreprise au service de l'intérêt collectif

NOS DÉFIS :

INCLURE, ENGAGER, SENSIBILISER

La réussite des trois précédents piliers ne peut se faire qu'avec l'engagement et la sensibilisation de toutes les parties prenantes de l'écosystème de FREY. Cette mobilisation prend évidemment en compte les collaborateurs mais va plus loin en intégrant les enseignes, les fournisseurs et même les visiteurs de nos sites.

OBJECTIF N°13

Inclure
nos collaborateurs
dans la Mission

RÉALISATION 2023

100%
des collaborateurs
impliqués
dans la réalisation des
objectifs de la Mission*

* Implication dans l'une des 15 équipes
dédiées à l'exécution des objectifs
de la Mission et/ou objectif individuel lié
à la Mission et conditionnant une partie
du bonus annuel

OBJECTIF N°14

Engager
nos prestataires
dans la Mission

RÉALISATIONS 2023

Charte
« Prestataires Responsables »
signée par

94%
des fournisseurs éligibles*
(90% visés)

Création et déploiement de
la boîte à outils digitale

« Guide to B Good »

à destination des prestataires

* Les fournisseurs éligibles sont les fournisseurs
dont le CA annuel avec le Groupe
représente plus de 10K€ TTC.

OBJECTIF N°15

Sensibiliser
et partager la Mission
avec les usagers de nos sites

RÉALISATIONS 2023

Prise en compte
des enquêtes clients
réalisées sur site

Poursuite de la communication
auprès des clients
pour les sensibiliser à la démarche
« Centre d'Intérêts Collectifs »

06 Focus objectif 13

l'engagement des collaborateurs

FREY S'EST TOUJOURS ENGAGÉE EN MATIÈRE D'ACTIONS SOCIALES ET ENVIRONNEMENTALES

POUR AUTANT, DÉCORRÉLÉES LES UNES DES AUTRES, CES ACTIONS N'ÉTAIENT PAS SUFFISAMMENT VALORISÉES. LA DÉMARCHE DE SOCIÉTÉ À MISSION PERMET AUJOURD'HUI À FREY DE STRUCTURER SON ENGAGEMENT AUPRÈS DE SES COLLABORATEURS POUR INCLURE, FÉDÉRER, ENGAGER ET PARTAGER.

Collectes de jouets et de vêtements, mise en place de politique de réduction et tri des déchets, vente directe de producteurs locaux...



L'exemple de l'Épicerie Sociale et Solidaire de Reims

FREY est mécène de l'Épicerie Sociale et Solidaire de Reims depuis juin 2021. Cette association apporte une aide alimentaire en contrepartie d'une participation financière modique. Elle permet un accompagnement personnalisé, avec un accueil convivial, dans le but de recréer du lien et de dépasser la dimension alimentaire de l'aide apportée grâce à un lieu de soutien et resocialisation.

Dans le cadre de ce mécénat, FREY invite ses salariés à participer à des journées de bénévolat tout au long de l'année. Chaque semaine, deux collaborateurs se rendent à l'Épicerie Sociale et Solidaire une journée (le matin pour préparer le magasin : déballage, rangement, acheminement... et l'après-midi aide au passage en caisse, assistantat auprès des clients du magasin) et vont ainsi travailler aux côtés des bénévoles présents toute l'année.



Isabelle Hatat,
*Directrice de l'Épicerie
Sociale et Solidaire*

« Chaque semaine depuis 2 ans maintenant nous accueillons à l'Épicerie Sociale et Solidaire des collaborateurs de FREY qui prêtent main forte à nos bénévoles.

Ce renfort, précieux pour notre établissement, permet des échanges bénéfiques pour chaque partie prenante.

Les équipes de FREY apportent leur énergie et leurs idées neuves, et nos bénévoles leur transmettent le savoir-faire et l'expérience acquise au cours des années au contact de ces populations en grande précarité, ce qui valorise leur travail et les rend fiers !

Ce croisement de compétences est valorisant pour chacun et bénéfique pour l'épicerie. »



Les équipes FREY
lors des journées de mécénat au sein de l'Épicerie Sociale et Solidaire



La journée « forêt » en novembre à Messigny-les-Ventoux



Remise du chèque de 5000 € aux collaborateurs vainqueurs du concours de parrainage des associations caritatives organisé par FREY pour la 1^{ère} fois en 2023



L'équipe FREY « objectif 5 » en action auprès des bénévoles des Restos du Cœur sur le centre Green 7 à Salaise-sur-Sanne (38)

LES ANNEXES



o7 — Pour
en savoir plus

2023, c'était aussi...



- 1 : le Social Club du Shopping Promenade Cœur Alsace est engagé dans le mouvement Octobre Rose (lutte contre le cancer du sein). Des ateliers de sensibilisation ont été organisés en partenariat avec des enseignes du site et des associations locales.
- 2 : En mai 2023, Shopping Promenade Cœur Alsace organisait son 1^{er} Urban Fest, festival rassemblant des milliers de jeunes et de nombreux artistes locaux venus célébrer les cultures urbaines.
- 3 : FREY est mécène du restaurant inclusif L'Extra à Reims. Ouvert en mai 2023, il emploie des personnes en situation de handicap mental ou cognitif.



FREY est partenaire du programme Dauphine Durable (ici Antoine Frey intervenant devant les étudiants lors d'une plénière consacrée à la transformation des entrées de ville)

Pour en savoir plus

Présentation du périmètre d'engagement de la Mission

La définition du périmètre d'engagement de la Mission répond à différents critères, comme la surface des sites ou le niveau de détention des actifs par FREY.

Il a été ainsi décidé d'inclure dans le périmètre de la Mission les sites existants et les projets de plus de 15.000 m² GLA détenus à plus de 50% par FREY (qui ont ainsi vocation à être conservés dans le patrimoine de la foncière à moyen et long terme).

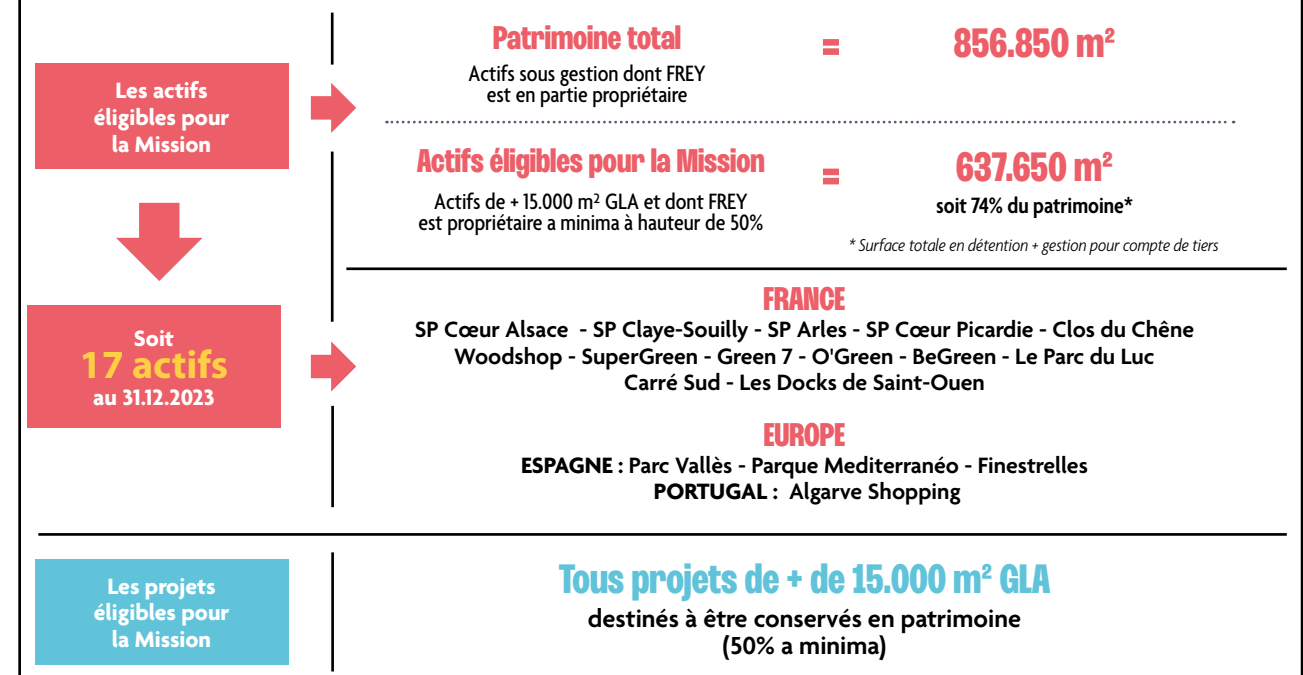
Dans un premier temps, les sites sur lesquels FREY ne dispose que de peu de maîtrise (sites de petite surface, faible participation) sont exclus du périmètre afin de cibler les

efforts là où ils auront un maximum d'impact et donc sur les sites les plus significatifs (ces derniers représentant 74% du patrimoine totale du Groupe).

Pour autant, à terme, l'ambition de FREY est de jouer un rôle d'influence auprès de ses partenaires, permettant ainsi d'intégrer les sites restants dans le périmètre de la Mission en définissant des objectifs adaptés.

Concernant les actifs nouvellement acquis par FREY au cours de l'année, ils seront pleinement intégrés dans la Mission et soumis aux objectifs après une année pleine au sein du patrimoine.

Patrimoine & Projets



Nouveaux actifs non pris en compte car acquis en cours d'année 2023 : Polygone Riviera (Cagnes-sur-Mer) et Matarnia (Gdansk - Pologne) - SP : Shopping Promenade

o7 La gouvernance tous acteurs de la Mission



Réunion du Comité de Mission dans les bureaux parisiens de FREY

POUR ASSURER SA MISE EN ŒUVRE STRATÉGIQUE ET OPÉRATIONNELLE, LA MISSION EST INTÉGRÉE DANS LA GOUVERNANCE ET LES PRISES DE DÉCISIONS DE L'ENTREPRISE À TOUS LES NIVEAUX :

- Le Comité de Mission

Le 29 janvier 2021, les actionnaires de FREY approuvent à l'unanimité la résolution visant à lui permettre d'adopter le statut de Société à Mission, conformément à la loi n° 2019-486 du 22 mai 2019, dite loi « PACTE ». FREY doit alors constituer un Comité de Mission, organe social distinct, chargé de suivre l'exécution de la Mission.

Il se réunit deux fois par an en présence de quelques membres du Comité Exécutif (Comex). Ces réunions constituent des moments phares de restitution de l'avancement et de questionnements sur la mise en œuvre de la Mission. Des échanges et un reporting intermédiaires entre FREY et le Comité ont été mis en place en 2023 pour renforcer les interactions.

- Le Comex

Se réunit après chaque Comité pour partager les recommandations et effectuer des arbitrages sur la mise en œuvre de la Mission.

- Le Conseil d'Administration

Dispose d'un retour régulier sur les réunions du Comité de Mission.

Sur suggestion des membres du Comité ou sur demande du Conseil d'Administration, des interactions plus fréquentes peuvent être mises en place, notamment avec l'instauration d'une restitution annuelle par la Présidente du Comité, indispensable pour la cohérence de la stratégie et du reporting de l'entreprise.

- Le Club des Managers

Sur le volet opérationnel, chaque réunion du Comité de Mission fait l'objet d'une restitution au Club des Managers.

Cette assemblée est composée de l'ensemble des Managers de l'entreprise. Ils ont, chacune et chacun, la responsabilité de l'un des quinze objectifs de la Mission.

Tous les trimestres, le Club se réunit et partage les sujets relatifs à la Mission.



Finestrelles – Barcelone – Espagne



Finestrelles – Barcelone – Espagne

07 — Présentation du *Comité de Mission*

POUR FREY, LE COMITÉ DE MISSION EST UN ORGANE ESSENTIEL
D'ÉCOUTE, DE DIALOGUE ET DE REGARD CRITIQUE.
FAIRE PARTIE DU COMITÉ DE MISSION AUTORISE CHAQUE MEMBRE À JOUER
LE RÔLE DE CHALLENGEUR, VÉRITABLE « CRITICAL FRIEND » MOBILISÉ
AUTOUR DE L'ENTREPRISE ET DANS LA MISE EN ŒUVRE DE SA MISSION



Clémence Bechu

**Directrice du développement de
l'agence d'urbanisme et d'architecture
Bechu & Associés.**

Diplômée d'un MSG à l'Université de
Dauphine Paris et d'un Master en
management de projets internationaux
à l'ESCP, Clémence assure
le développement de l'agence
et l'animation des équipes opérationnelles.



Elisabeth Laville

Fondatrice de l'agence conseil Utopies,
diplômée d'HEC en 1988, Elisabeth a passé
quelques années au planning stratégique de
deux agences de publicité avant de créer
Utopies en 1993. Elle est depuis reconnue
comme l'une des expertes européennes
du développement durable.



Nathalie Palladitcheff

Présidente du Comité de Mission

**Présidente et cheffe de
la direction d'Ivanhoé Cambridge,**
groupe de développement et d'investissement
immobilier, filiale de la Caisse de Dépôt
et Placement du Québec, l'un des plus
importants gestionnaires de fonds
institutionnels au monde.

Nathalie a la responsabilité d'assurer
la croissance et l'évolution de la société.



Carine Stoeffler

**Directrice de l'engagement ESG
et gestion du risque chez FREY,**
a rejoint les équipes du groupe en 2009
pour occuper le poste de Directrice
comptable, Responsable du reporting
et de la consolidation, puis Risk Manager.
Riche de sa connaissance du groupe et
de son fonctionnement, Carine a pris son
poste actuel début 2023.



Christophe Garot

Directeur Général France de Bopro,
agence conseil en développement durable.
De formation universitaire et technique,
Christophe possède une expérience
professionnelle de plus de 20 ans au sein
du secteur immobilier tertiaire.



Luc Blanchet

Président de Botanic.

Depuis vingt ans, il creuse le sillon tracé
par les fondateurs de l'enseigne de jardinerie
et animalerie Botanic en mettant davantage
encore l'accent sur la préservation
de l'environnement.



**Il est constitué de 6 membres,
issus en majorité de parties prenantes
externes à l'entreprise**

LE RÔLE DU COMITÉ EST DE :

Suivre l'exécution de la Mission et les moyens déployés par FREY pour atteindre les objectifs fixés
(engagements opérationnels, leviers d'action, indicateurs de performance)

Adopter un rapport de Mission, joint au rapport de gestion de l'entreprise

Veiller au respect de la Mission et signaler tout manquement ou obstacle à son accomplissement

Procéder à tous travaux nécessaires à l'exercice de son rôle et à l'élaboration de son rapport

07 Le grand tableau de bord *de la Mission*

Suite au comité du 22 janvier 2024, il est précisé que les membres du Comité de Mission valident l'atterrissage des objectifs 2023 et la feuille de route 2024 de la mission de FREY

PILIER 1

Vision 2025

Objectifs 2023

Atterrissage 2023

o1_Développer la mixité et la densité de nos sites et de nos projets

- **Mixité** : Maintenir une part de mixité correspondant à 30% de la surface GLA des projets⁽¹⁾ retail
Promouvoir la mixité d'usage hors commerces / logements au sein des projets⁽¹⁾ de restructuration d'entrées de villes
- **Densité** : Densifier et accueillir de nouveaux usages réglementés au sein des sites existants⁽²⁾

Atteindre une part de mixité correspondant à 30% de la surface GLA des projets en cours
-
Poursuivre les discussions avec les collectivités sur la densification et l'accueil de nouveaux types d'usages réglementés sur deux sites

Pourcentage de mixité sur les projets en cours compris entre 34% et 39%
-
Discussions en cours sur les deux sites identifiés



o2_Optimiser les accès bas carbone à nos sites

- **Créer pour chaque site⁽²⁾** un groupe de réflexion avec les différentes parties prenantes pour améliorer les connexions externes (transports en commun, pistes cyclables, voies piétonnes)
- **Améliorer la qualité** des infrastructures des mobilités non carbonées internes de nos sites⁽²⁾

Sur la base de la méthodologie définie, lancement des discussions avec la collectivité sur un site
-
France : Poursuivre l'amélioration des infrastructures et services liés aux mobilités douces sur 4 sites supplémentaires
Ibérie : Audit des sites sur la base du référentiel défini et définition du plan d'actions

Discussions en cours sur le site identifié
-
France : amélioration réalisée sur 4 sites
Ibérie : audit des sites réalisé et plan d'action défini



o3_Mieux intégrer les enjeux des territoires dans la conception de nos projets

- **100% des projets⁽¹⁾ et actifs⁽²⁾** respectant une méthodologie et un référentiel :
- d'analyse des enjeux territoriaux
- de compatibilité avec les objectifs de Mission

Suivi du déploiement du référentiel sur les projets éligibles

Référentiel déployé sur le projet nouvellement éligible en 2023



PILIER 2

Vision 2025

Objectifs 2023

Atterrissage 2023

o4_Devenir un acteur incontournable des territoires dans la valorisation des emplois locaux

100 % des sites⁽²⁾ impliqués dans la valorisation des emplois locaux

Déployer des journées de job dating ou autres événements sur nos sites
-
Créer des partenariats avec les acteurs locaux de l'emploi (associations, missions locales, pole emploi...)

Journées de job dating organisées sur les 4 sites identifiés
-
Partenariats initiés sur les sites identifiés



o5_Faire de nos sites des lieux de rencontre entre le public et les acteurs du tissu social et solidaire local

• 100 % des sites⁽²⁾ impliqués dans la promotion des activités sociales et solidaires locales

Pérenniser les événements déjà initiés afin qu'ils deviennent des rendez-vous connus du public
-
Mise en œuvre de la stratégie de déploiement de ce type d'initiatives sur nos sites

Evénements pérennisés sur 2 sites
-
Déploiement d'initiatives sur 6 nouveaux sites



o6_Faire de nos sites des lieux d'échange entre consommateurs et producteurs locaux

• 100 % des sites⁽²⁾ impliqués dans la promotion des producteurs et artisans locaux

Pérenniser les événements déjà initiés afin qu'ils deviennent des rendez-vous connus du public
-
Mise en œuvre de la stratégie de déploiement de ce type d'initiatives sur nos sites

Evénements pérennisés sur les 3 sites
-
Déploiement d'initiatives sur 3 nouveaux sites



o7_Mettre nos lieux au service de l'art urbain

• 100 % des sites⁽²⁾ proposant une expérience artistique unique aux visiteurs

Mise en œuvre de la stratégie de déploiement de ce type d'initiatives sur nos sites
-
Organisation du 5^{ème} festival de street art à Clos du Chêne
-
Organisation de visites guidées gratuites à Clos du Chêne

Création de 14 œuvres sur 5 sites dont 4 nouveaux
-
5^{ème} festival de street art à Clos du Chêne en 06/2023
-
Organisation de visites guidées gratuites à Clos du Chêne



Objectifs 2023



Atteint



Atteinte partielle



Non atteint

PILIER 3

Vision 2025

Objectifs 2023

Atterrissage 2023

o8_Faire l'acquisition de forêts en France et les exploiter durablement

- Poursuivre les acquisitions dans l'objectif de 3.500 ha en 2030
- Être novateur et exemplaire dans la gestion du patrimoine forestier

Investir au moins 30€/ha/an dans :
• la reconquête de la biodiversité
• la gestion responsable des forêts
• la promotion de la filière bois française

75€ / ha investis en 2023



o9_Développer des projets sobres en carbone

- 100% des projets⁽¹⁾ soumis à un système de management des opérations (SMO) bas carbone en lien avec la stratégie climat du Groupe

Application du SMO aux projets en cours
-
Participation au groupe de travail pour la création d'un label BBKA Commerce (construction et exploitation)
-
Veille technologique sur les solutions de construction bas carbone

SMO appliqué aux projets en cours
-
Participation au groupe de travail pour la création d'un label BBKA Commerce (construction et exploitation)
-
Veille technologique sur les solutions de construction bas carbone



1o_Promouvoir les mobilités décarbonées

- 5% du parc de stationnement des sites⁽²⁾ équipé de bornes de recharge pour véhicules électriques

Poursuite du déploiement de bornes de recharge pour véhicules électriques

2,7% du parc de stationnement équipé de bornes de recharges pour véhicules électriques



11_Renforcer le suivi et la réduction des consommations de nos actifs et optimiser le traitement de nos déchets

- 100% des sites⁽²⁾ alimentés en énergie verte et engagés dans une réduction des consommations (pour les parties communes)
- 100% des sites⁽²⁾ engagés dans une stratégie d'optimisation de la gestion des déchets

Electricité + eau :
Définition d'une stratégie de réduction sur la base des audits réalisés et mise en œuvre des premières actions
-
Déchets :
Cartographie de la gestion des déchets des sites et définition d'un plan d'action global

Electricité + eau :
Plan d'actions défini et 1^{ères} actions réalisées
-
Déchets :
Cartographie réalisée et plan d'action défini



12_Accompagner et inciter les preneurs via un Bail Responsable

- 100% des baux signés sur les projets⁽¹⁾ et actifs⁽²⁾ sont responsables
- Mettre en place un système de bonus pour les enseignes allant au-delà des exigences environnementales définies
- Accompagner les enseignes dans leur engagement sociétal

Déploiement sur tous les projets en cours (80% de baux responsables signés)
-
Déploiement de l'outil « calculatrice carbone » avec définition d'un seuil carbone par projet
-
Création d'une annexe sociale et test sur un projet pilote (80% de baux signés avec cette annexe)

100% des baux signés (nouveaux baux ou renouvellements) sur les 3 sites pilotes sont responsables
-
Outil « calculatrice carbone » déployé
-
Annexe sociale rédigée (déploiement reporté en 2024 en accord avec le Comité de Mission)



PILIER 4

Vision 2025

Objectifs 2023

Atterrissage 2023

13_Inclure nos collaborateurs dans la Mission

- 100% des collaborateurs engagés dans la réalisation des objectifs de la Mission (Implication dans l'une des 15 équipes dédiées à l'exécution des objectifs de la Mission et/ou objectif individuel lié à la Mission et conditionnant une partie du bonus annuel)
- Organiser des actions engageant les collaborateurs dans le sens de la Mission

Organisation d'au moins 2 événements fédérateurs pour les collaborateurs
-
Organisation d'un concours "Mécanat" avec les collaborateurs : don de 5.000€ à l'association retenue
-
Réalisation d'une fresque climat

• 55 journées de bénévolat offertes à l'Epicerie Solidaire
• 21 collaborateurs ont participé à la "Journée Forey"
-
9 associations représentées pour le 1^{er} concours "Mécanat" : 1 don principal de 5.000€, 2 dons de 1.000€ et 6 dons de 500€ ont été remis
-
Fresque du climat réalisée en séminaire avec l'ensemble des collaborateurs



14_Engager nos prestataires dans la Mission

- 100% des fournisseurs signataires de la charte Prestataires et Fournisseurs Responsables en France et à l'international
- Accompagner nos fournisseurs et prestataires dans leur démarche RSE

90% des fournisseurs français éligibles* signataires de la Charte
-
Accompagner les prestataires au travers d'une "boîte à outils : devenir une Entreprise Engagée"

94% des fournisseurs français éligibles* signataires de la Charte
-
Création de Guide to B Good : boîte à outils abordant les sujets de la Société à Mission, B Corp et l'empreinte carbone



15_Sensibiliser et partager la Mission avec les usagers de nos sites

- 100% des sites⁽²⁾ engagés dans un partage de la Mission avec leurs usagers

Analyse du bilan du site pilote Shopping Promenade Cœur Alsace suite au déploiement de la signalétique "centre d'intérêts collectifs"
-
Organisation d'événements de promotion de la mission
-
Adaptation du dispositif à l'Ibérie à travers l'analyse d'un site pilote

Bilan du site pilote Shopping Promenade Cœur Alsace non concluant. Réflexions à mener en 2024 pour un déploiement sous un autre format
-
Organisation d'événements de promotion de la Mission
-
Adaptation à un site ibérique non réalisée
En attente des réflexions 2024 sur la mise en oeuvre de l'objectif



⁽¹⁾ Projets éligibles à la mission : surface supérieure à 15.000 m² GLA et destinés à être conservés à plus de 50% par FREY - ⁽²⁾ Sites éligibles à la mission : surface supérieure à 15.000 m² GLA et détenus à plus de 50% par FREY



Parc d'Affaires TGV Reims-Bezannes - 1 rue René Cassin - 51430 BEZANNES
14, rue Auber - 75009 PARIS

Frey.fr
frey-lamission.fr

Polygone Riviera - Cagnes-sur-Mer (06)