



Rapport de Mission

édition 2021

L'édito du Comité de Mission

La Mission de FREY est un véritable projet de société car il engage non seulement l'entreprise mais aussi l'ensemble de ses parties prenantes. Notre rôle : aider à la réinvention des lieux de commerce pour en faire de nouveaux centres de vie, porteurs de sens économique, écologique et social.

Par cette vision, FREY joue un rôle d'éclaireur et de testeur avec tout ce que cela implique de courage, d'ambition, d'exposition mais aussi de risque. C'est tout l'intérêt de la Société à Mission : explorer et expérimenter ensemble de nouvelles choses afin de maintenir l'ambition pionnière. C'est ce qui nous motive profondément au sein du Comité de Mission.

Dans le suivi de la Mission, notre implication est multiforme et se précise après deux ans d'exercice : écouter et questionner pour comprendre les problèmes auxquels l'entreprise fait face, éclairer la prise de décision en apportant nos expertises complémentaires, challenger et ouvrir de nouveaux sujets, repenser les modes de gouvernance.

L'année 2022 aura été celle de la mise en œuvre opérationnelle de la feuille de route définie en 2021. Les premiers retours de terrain des équipes nous sont très utiles pour enrichir nos réflexions et travailler avec pragmatisme. Ainsi, le Comité commence à trouver sa place et nous construisons avec FREY un dialogue ouvert, transparent et constructif dans un climat de confiance mutuelle. Notre fonctionnement se précise, se professionnalise et s'autonomise pour une gouvernance effective de la Mission permettant d'aller vers des discussions plus transformatives.

Si nous avons déjà avancé sur divers sujets, de nombreux enjeux restent encore à évoquer et à approfondir. L'organisation peut être améliorée pour renforcer la cohérence entre les instances, le reporting et l'intégration de la Mission dans les choix d'investissement mais les ingrédients du changement sont présents. La certification B Corp, par son exigence, constitue d'ailleurs un formidable cadre pour structurer et s'améliorer.

L'enjeu est de maintenir la dynamique et la persévérance de l'équipe dans la mise en œuvre des actions tout en cultivant une vision de long terme. C'est la constance et l'endurance qui seront la clé du succès.

L'autre grand défi est de garder l'esprit ouvert et de faire vivre la Mission pour que nos objectifs répondent avec impact aux changements de la société.

Maintenir la dynamique tout en cultivant une vision long terme



De gauche à droite : Clémence Bechu, Elisabeth Laville, Nathalie Palladitcheff, Carine Stoeffler et Christophe Garot.
Absent ce jour là, François Lemarchand

« notre raison d'être »

REMETTRE

LE COMMERCE

AU SERVICE

DE L'INTÉRÊT

COLLECTIF

Sommaire

Partie 01 À propos p.07

FREY, une foncière engagée

La Mission, un chemin de transformation

Tous acteurs de la Mission

Partie 02 Notre Mission p.14

Début 2023, où en est-on ?

Grands piliers & focus :

- **Mixité urbaine :**
l'exemple de Clos du Chêne
- **Lien social & résilience économique locale :**
focus sur nos Social Clubs
- **Transition environnementale :**
la forêt chez FREY
- **L'inclusion des parties prenantes :**
l'engagement de nos visiteurs

Partie 03 Annexes p.37

En savoir plus

Tableau de bord

Le Comité **de Mission**



Partie 01

À propos

FREY, P 08
une foncière engagée

La Mission, P 10
un chemin de
transformation

Tous acteurs P 12
de la Mission

FREY

une foncière engagée

Shopping Promenade à Claye-Souilly

FREY en quelques chiffres

(Chiffres au 31 décembre 2022)
*Surface du patrimoine en part de groupe

1,7 Md€
Patrimoine économique

632.810 m² GLA*
Surface du patrimoine

98%
Taux d'occupation financier

732 M€
Investissements projets en cours

94 collaborateurs dont 100% impliqués dans la Mission

Qui sommes-nous ?

Nous sommes FREY, foncière responsable

Aménageur, développeur, investisseur et gestionnaire, fondée par Antoine Frey en 2008, FREY est une foncière cotée, spécialisée dans le développement et l'exploitation de centres commerciaux de plein air en France et en Europe. Le Groupe mène également de grandes opérations de renouvellement urbain et des projets mixtes en tissu urbain dense.

Nous n'allons pas sauver le monde mais...

Via ses concepts, ses modes de construction et les modalités d'exploitation de ses sites, FREY s'implique au quotidien pour une société plus responsable, respectueuse de l'environnement et socialement bénéfique à son écosystème et à ses parties prenantes. Pour aller plus loin, l'entreprise s'est dotée d'une Mission déclinée en 4 objectifs⁽¹⁾ :

« notre raison d'être »

REMETTRE LE COMMERCE AU SERVICE DE L'INTÉRÊT COLLECTIF

- 1 Le commerce vecteur de mixité urbaine
- 2 Le commerce vecteur de lien social et de résilience économique locale
- 3 Le commerce vecteur de transition environnementale
- 4 FREY, une entreprise au service de l'intérêt collectif

⁽¹⁾La Mission et ses 4 piliers sont inscrits dans les statuts de l'entreprise.

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

La foncière à mission

FREY |  Entreprise Certifiée

B Corp, le début d'une aventure

En juin 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 le niveau d'engagement envers ses parties prenantes (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.

⁽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.

La Mission, un chemin de transformation

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

2008

Soissons
1^{er} retail parc français
certifié HQE

2010

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

2013

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

2017

Création du
Groupement
Forestier
FoREY

2020

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

2021

Certification
B CORP
en juin avec
102,2 points

2021

FREY devient
Entreprise
à Mission

2021

en janvier
et modifie ses statuts.
Sa raison d'être :
*remettre le commerce
au service de
l'intérêt collectif*

1^{er} Rapport
de Mission
publié en février

2022

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

2022

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

2022

1^{er} bilan
de la Mission

2025

*L'aventure
continue!*

Chaque activité humaine, quelle qu'elle soit, pollue. C'est normal. C'est inexorable.

Alors nous devons tous essayer de donner le plus de sens possible à cette activité pour que son empreinte sur l'environnement soit d'une véritable utilité.

C'est ça le sens d'une entreprise à Mission ! Elle doit définir, au-delà de la simple - mais nécessaire - génération de profits, quelle est sa raison d'être, son utilité pour la planète et pour la société.

Chez FREY, notre conviction profonde est que l'utilité du commerce doit largement dépasser celle de la simple transaction marchande, qu'il doit participer à la mise en relation entre les personnes, favoriser le décroissement social, contribuer pleinement à la dynamique économique locale, et qu'il doit également minimiser au mieux son impact sur l'environnement.

Autant d'enjeux cruciaux, de défis que nous avons choisi de relever au travers de nos grands objectifs de Mission.

Cet engagement, c'est une ambition sincère et collective, partagée entre tous les collaborateurs de FREY et leurs parties prenantes : **prouver qu'au-delà de servir ses intérêts, une entreprise peut aussi être l'acteur d'un changement puissant, durable et profitable à tous.**

Antoine Frey,
Président-Directeur Général de FREY

Tous acteurs de la Mission

La définition de la Mission
a permis de donner un sens
et d'accélérer l'engagement
historique de FREY

La gouvernance de la Mission

Pour assurer sa mise en œuvre stratégique et opérationnelle, la Mission est intégrée dans la gouvernance et les prises de décision de l'entreprise à tous les niveaux :

- **Le Comité de Mission** 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. A l'initiative de sa présidente, les membres du Comité se sont également réunis seuls une fois dans l'année. Des échanges et un reporting intermédiaires entre FREY et le Comité seront mis en place en 2023 pour renforcer les interactions.

- **Le Comex** complet se réunit ensuite 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. Sur suggestion des membres du Comité et demande du Conseil d'Administration, des interactions plus fréquentes seront prochainement 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.

- Sur le volet opérationnel, chaque réunion du Comité fait l'objet d'une restitution en **Club des Managers** et chaque manager est en charge de la mise en œuvre d'un objectif et anime un groupe de travail transverse qui y réfléchit. Chaque collaborateur de l'entreprise est ainsi investi dans un groupe de travail.

Les réunions du Comité de Mission aboutissent à des questionnements, des recommandations et des arbitrages importants. Via cette organisation, FREY cherche à en assurer le suivi et l'intégration dans la durée.



Carine
Stoeffler

Membre du Comité de Mission

Elle est intégrée
à chaque niveau
de l'entreprise

L'avis de...

Ces deux premières années ont permis d'intégrer la Mission au cœur du fonctionnement de l'entreprise en apportant une nouvelle vision stratégique, sans cesse enrichie par les échanges avec le Comité.

Si FREY est engagée depuis toujours, la Mission permet de donner de la cohérence et du sens à l'ensemble des actions. Aujourd'hui, chacune de nos décisions opérationnelles ou stratégiques est interrogée au prisme de notre Mission.

De plus, nous avons réussi à mobiliser tous les collaborateurs via les groupes de travail dédiés à la réalisation des 15 objectifs. Cela crée une véritable émulation et permet de renforcer la transversalité et les échanges.

Pour la suite, un des enjeux est d'objectiver notre impact et de le piloter grâce à une meilleure collecte de données et à un reporting plus formalisé.

Nous devons également entretenir la dynamique d'engagement des collaborateurs en cultivant les espaces d'échanges, de mutualisation et de communication.

Enfin, il sera nécessaire de challenger régulièrement nos objectifs de Mission afin de maintenir la pertinence et le niveau d'ambition de notre engagement.

Le Comité de Mission, qu'est-ce que c'est ?

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 s'agit d'une innovation puissante qui fait entrer la voix des parties prenantes de l'entreprise dans la gouvernance sous la forme d'un organe 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.

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 tout travaux nécessaires** à l'exercice de son rôle et à l'élaboration de son rapport.

Chez FREY, il est composé de 5 membres externes et 1 représentant des collaborateurs
(cf. bibliographie en annexe).



Partie 02

Notre Mission

Début 2023, où en est-on ? P16

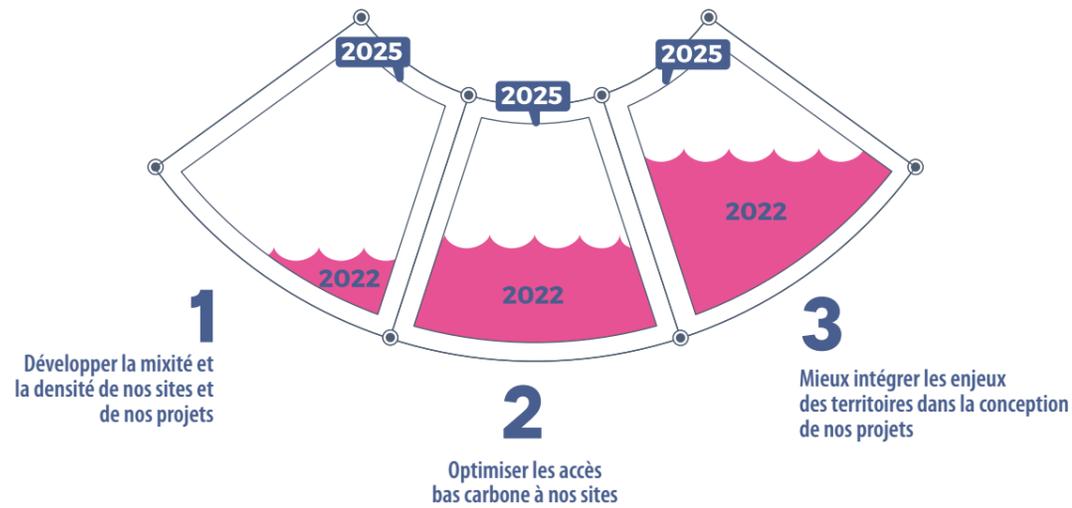
Grands piliers & focus

- **Mixité urbaine :** P18
 l'exemple de Clos du Chêne P20
- **Lien social & résilience économique locale :** P22
 focus sur nos Social Clubs P24
- **Transition environnementale :** P26
 la forêt chez FREY P28
- **L'inclusion des parties prenantes :** P30
 l'engagement de nos visiteurs P32

Fin 2022, où en est-on ?

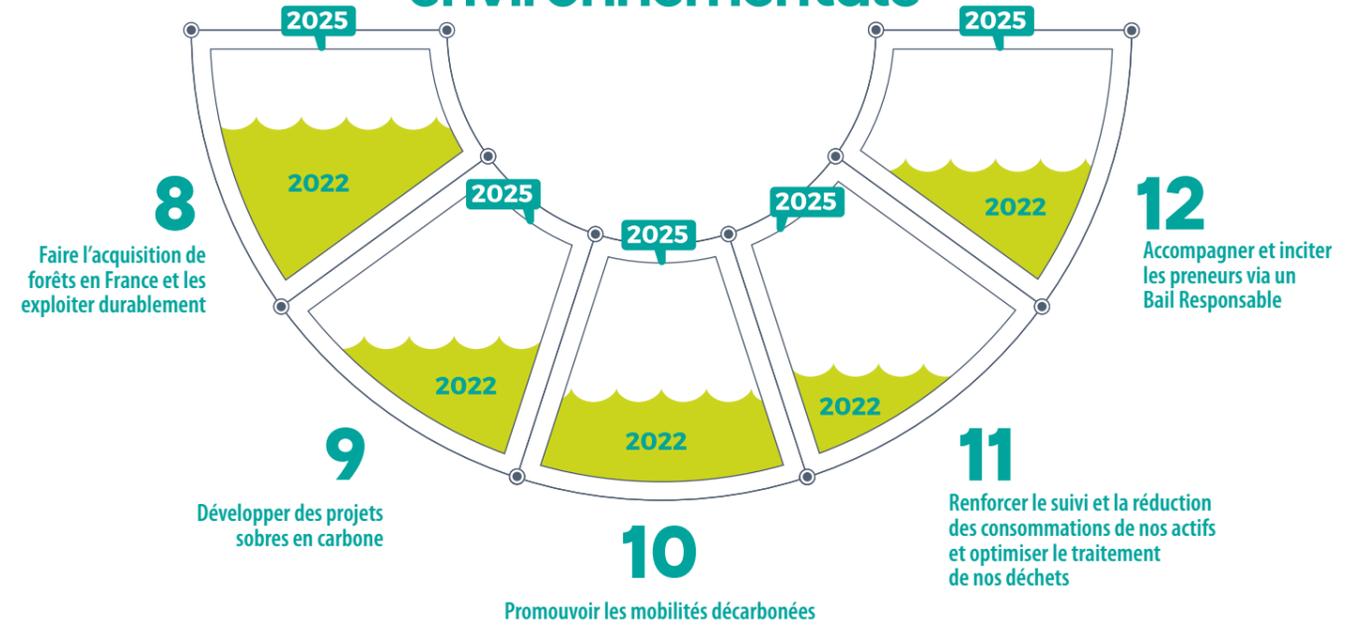
Pilier 1

Le commerce vecteur de mixité urbaine



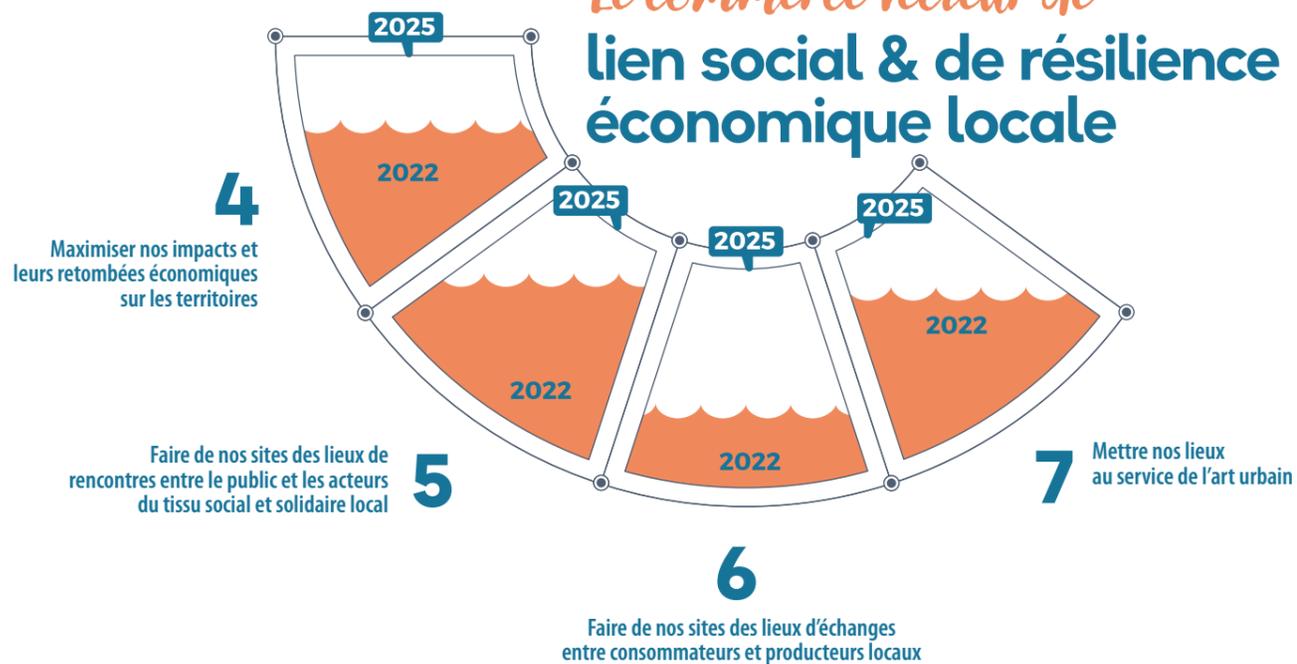
Pilier 3

Le commerce vecteur de transition environnementale



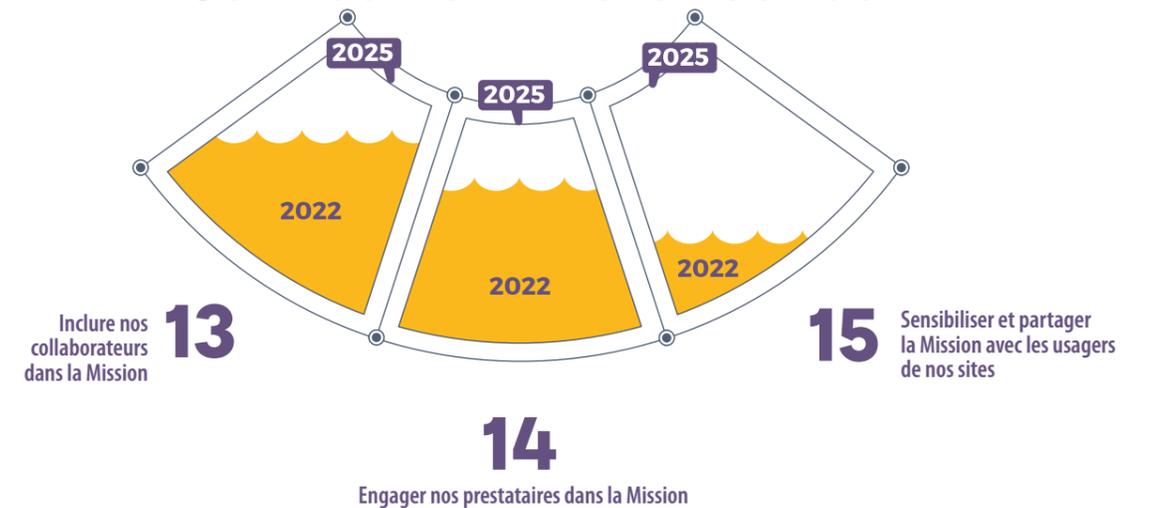
Pilier 2

Le commerce vecteur de lien social & de résilience économique locale



Pilier 4

FREY, une entreprise au service de l'intérêt collectif



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.

Pour être durable,
un lieu doit naître
de ses racines

Membre du Comité de Mission



Clémence
Bechu

Objectif n°1

Développer la mixité programmatique et la densité de nos actifs et de nos projets

Réalisations 2022

32%
de mixité pour
les projets en cours
(vs objectif de 30%).

Diagnostics de potentiel de **densification** réalisés sur 100% des sites

Objectif n°2

Optimiser les accès non-carbonés à nos sites

Réalisation 2022

Amélioration des infrastructures et des services liés aux mobilités douces internes sur **2 nouveaux sites**

Objectif n°3

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

Réalisations 2022

• **Référentiel** de l'analyse des enjeux territoriaux réalisé

• **Référentiel** testé sur un projet pilote

l'avis de...

La mixité urbaine est une condition sine qua none de l'évolution de la fonction commerciale, historiquement exportée au sein d'espaces mono-fonctionnels en périphérie des villes.

La transformation de ces zones est aujourd'hui indispensable pour revitaliser les territoires et répondre aux défis sociaux et environnementaux.

Cette mixité passe par l'intégration d'activités tertiaires, de services, de loisirs, de culture et de logements allant au-delà de la simple juxtaposition.

Ces nouveaux morceaux de ville mixtes et connectés doivent de plus :

• Être réfléchis en fonction du territoire, de ses enjeux socio-économiques, du contexte culturel et géographique.

• Intégrer les impératifs d'adaptation au changement climatique et de renaturation urbaine.

• Permettre une réelle hybridation des usages et une mixité sociale favorisant l'intégration de tous.

• Penser la réversibilité des espaces pour s'adapter aux futures évolutions des modes de vie.

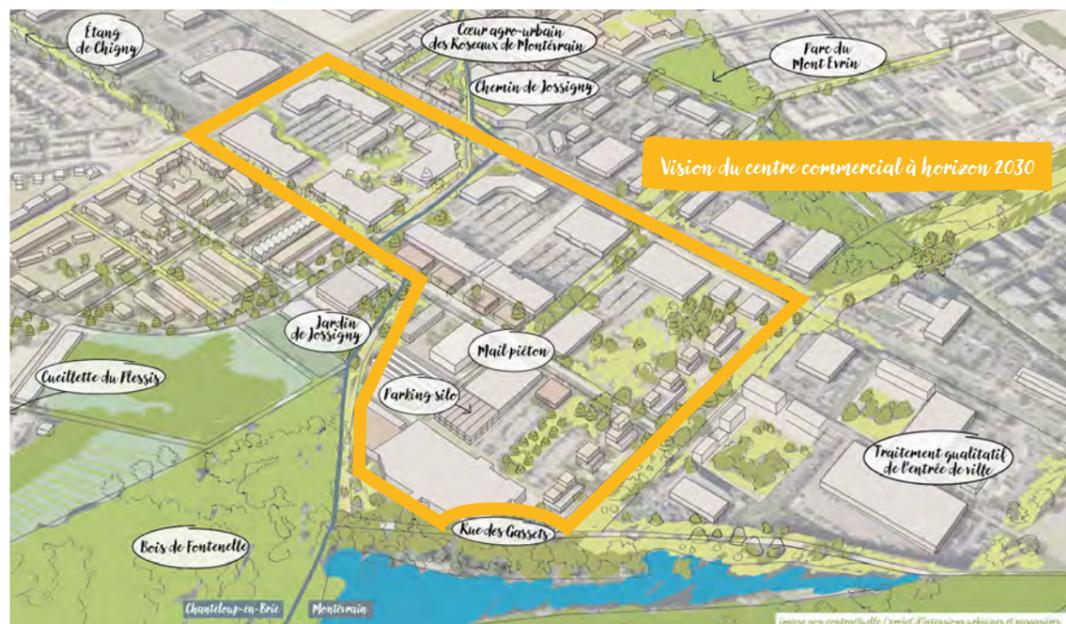
FREY initie des projets en ce sens et dispose de nombreux atouts. Pour aller plus loin, il y a un double défi d'identification des sites mutables et de mobilisation des moyens économiques nécessaires.

À ce titre, le partenariat établi entre FREY, la Banque des Territoires et CDC Habitat est une très bonne nouvelle.

Il faut que volonté publique et privée convergent en la matière.

Développer la mixité urbaine et la densité de nos lieux

Clos du Chêne (77) :
un centre commercial à ciel ouvert retenu par l'État comme « Démonstrateur de la Ville Durable »



Quel projet ? Hybrider les usages de Clos du Chêne

Le projet vise l'hybridation d'un pôle de commerce et d'enseignes automobiles périphériques par le renforcement de la mixité des fonctions et la désimperméabilisation des sols. Les bâtiments commerciaux accueilleront des fonctions de stationnement, de logements et d'équipements. Ces locaux commerciaux deviendront les rez-de-chaussée actifs inclus dans des ensembles immobiliers mixtes, préfigurant une nouvelle forme urbaine plus conviviale et inclusive. La création de parkings silo évolutifs et foisonnés, socle de la méthode de transformation, permettra de récupérer une partie des surfaces de stationnement aménagées par le passé, afin d'y envisager de nouvelles formes d'occupation de l'espace : nouveaux bâtiments mixtes, renaturation...

Guilhem Trillat

Asset Manager chez FREY en charge de Clos du Chêne

Ce projet nous offre une formidable opportunité de réflexion sur la densification urbaine et le développement de mixité d'usages sur les actifs commerciaux existants de périphérie.

Pilote pour notre Groupe, ces études nous permettront d'envisager une mise en œuvre d'un nouveau relais de croissance dans les années à venir.

Les défis que constituent ces mutations sont de taille.

Parmi eux : repenser l'évolution de Clos du Chêne tout en maintenant un modèle économique équilibré.

Un projet « Démonstrateur de la Ville Durable » : de quoi parle-t-on ?

Dans le cadre de France 2030 et du 4^{ème} Programme d'investissements d'avenir (PIA), le Ministère du Logement, le Ministère de la Cohésion des territoires et des relations avec les collectivités territoriales, le Secrétariat général pour l'investissement et la Banque des Territoires, en partenariat avec l'Agence nationale pour la rénovation urbaine (ANRU) pour les projets situés dans les quartiers prioritaires de la politique de la ville en renouvellement urbain, ont lancé en mai 2021 l'appel à manifestation d'intérêt (AMI) « Démonstrateurs de la ville durable », doté de 305 millions €.

Cette initiative inédite vise la création d'un réseau national de démonstrateurs, à l'échelle d'îlots ou de quartiers, illustrant la diversité des enjeux de transition écologique et de développement durable des espaces urbains français.

Début 2022, le 1^{er} Ministre Jean Castex annonçait les 9 projets lauréats, dont celui porté par l'EpaMarne et FREY.



Arnaud Diguët

Directeur Opérationnel EpaMarne EpaFrance

La prise en compte de la sobriété foncière et la mise en valeur de l'environnement nous incitent à profondément repenser notre modèle d'aménagement de la Ville.

À ce titre, les zones commerciales de périphérie urbaine constitue une opportunité pour progressivement passer d'un usage monofonctionnel à des quartiers de ville mixtes et durables.

Le projet des Lisières à Montévrain qui englobe Clos du Chêne constitue un démonstrateur de ce nouveau mode de faire.

Sa réussite passe par l'intelligence collective et l'implication d'acteurs publics (collectivités, EpaMarne) et privés (FREY) autour d'un projet qui fait sens.

Un projet unique en France

Clos du Chêne en 2023

Le plus grand retail park d'Ile-de-France

1 destination 100% commerce

50.000m² de surfaces construites

60 magasins et restaurants

2.000 places de stationnement

10M de visiteurs par an

18Ha d'emprise foncière, quasi entièrement artificialisée

Clos du Chêne en 2030

La 1^{ère} zone commerciale de périphérie en France transformée en un quartier mixte et durable



CLOS DU CHÊNE
PARC COMMERCIAL - MARNE LA VALLÉE

Pilier

2

le commerce vecteur de lien social & de résilience économique locale nos défis

Ancrer 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 partage 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.

Aujourd'hui, les gens se déplacent de moins en moins pour acheter. Ils recherchent du sens via des expériences et...

une dimension citoyenne et engagée



François
Lemarchand

Membre du Comité de Mission

l'avis de...

Le défi est de créer de nouveaux lieux de vie porteurs de sens, proposant des commerces réinventés et une diversité d'autres activités.

Cultiver le lien social paraît plus simple à appréhender. FREY est déjà en avance par l'intégration de l'art, de services, de restauration et de loisirs, mais aussi par la convivialité de ses espaces.

Pour aller plus loin, répondre aux enjeux d'accès aux soins via une diversité de services de santé paraît essentiel.

FREY peut également favoriser l'accès à l'art et la culture via l'organisation d'expositions, de concerts ou de spectacles vivants en partenariat avec les acteurs locaux.

Objectif n°4

Maximiser nos impacts et leurs retombées économiques sur les territoires

Réalisations 2022

- Entreprises de construction :**
 - 30% d'entreprises locales dans les travaux des projets des Docks de Saint-Ouen et d'Open Grand Genève
- Prestataires de services :**
 - Maintenir 90% des budgets 2022 alloués à des entreprises locales pour la gestion des sites
- Locataires :**
 - Maintenir 30% des loyers par des preneurs locaux au sein du patrimoine

Objectif n°6

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

Réalisation 2022

2

nouveaux sites accueillant des marchés de producteurs et artisans locaux

Objectif n°5

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

Réalisations 2022

3

événements en faveur du tissu associatif et solidaire local organisés

1

grande braderie responsable organisée

Objectif n°7

Mettre nos lieux au service de l'art urbain

Réalisations 2022

3

nouveaux sites accueillant des œuvres de street-art

29

nouvelles œuvres réalisées sur l'ensemble des sites

Promouvoir la résilience économique nécessite de répondre aux différentes attentes des consommateurs, à la fois en recherche de sens et devant faire face à la baisse de leur pouvoir d'achat. Sur ce point, il faut cultiver la diversité des activités, s'articuler avec le tissu commercial existant dans le territoire et inventer de nouveaux commerces engagés. La restauration et les loisirs constituent également des piliers essentiels à renforcer.

FREY doit continuer à promouvoir la seconde main et à innover via des partenariats avec des industriels et producteurs locaux qui puissent valoriser leurs produits et le savoir-faire local.

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

Le Social Club :

la maison de la culture et des associations « made in FREY »

Ouverts sur la ville et toutes ses composantes, les Social Clubs de FREY, implantés au cœur de ses centres commerciaux, sont des lieux uniques, entièrement gratuits, proposant tout au long de l'année une programmation culturelle accessible à tous. Ce sont également les lieux de résidence de nombreuses associations du bassin de vie, qui s'y retrouvent chaque jour de la semaine pour pratiquer leurs activités artistiques ou sportives.

113 visages de femmes afghanes en soutien de la lutte contre l'oppression, à travers l'œuvre engagée de l'artiste plasticien alsacien, Stéphane Tretz. L'art d'éveiller les consciences.

Exposition « Être Femme »,



au Shopping Promenade de Claye-Souilly.

Pilates



Expérience cognitive et interactive, à l'occasion de l'exposition Touchez-voir !

La Table des Sens



Shooting Octobre Rose 2021

« HOPLA BOOBS » par l'association Visages de Femmes en soutien aux femmes touchées par un cancer du sein.



Rallye emploi

Les jeunes de la mission locale et relais pour l'emploi Schiltigheim et Strasbourg lors de l'événement en partenariat avec le Social Club.



Association et troupe de danseuses issues de la culture urbaine à l'occasion de la soirée de lancement de la campagne Octobre Rose 2021.

« DAMES »



Cours de danse fitness au social club d'Amiens.

Association Zumba



Les ateliers musique

Chorale au Shopping Promenade de Claye-Souilly.



Pauline Willer

Responsable du Social Club Shopping Promenade de Strasbourg

Depuis son ouverture, il y a bientôt 2 ans, le Social Club est devenu un lieu d'échange et de convivialité où les mondes associatifs, culturels et artistiques ont pu se rencontrer. C'est un lieu incontournable de notre Shopping Promenade.

La programmation événementielle permet de toucher un public multigénérationnel et multiculturel, et profite à tous : les clients, les commerçants et leurs salariés, les prestataires de service du site, les associations, les artistes...

Beaucoup sont aujourd'hui des habitués du lieu et s'y retrouvent pour profiter des animations, mais aussi de la salle équipée pour les accueillir lors de leurs réunions professionnelles.

Le Social Club donne une couleur différente au centre commercial, contribue à la vie sociale du site et permet, au travers d'actions engageantes, de faire évoluer les consciences et notre regard sur le monde.



Atelier de dessin

avec l'artiste et exposante Silke Host, dans le cadre de son exposition « Sensualité Colorée », en solidarité au mois rose 2022.



Nous sommes tous artistes

Exposition d'un an de travail sur le thème de la création collaboration, par Mr Projet, artiste strasbourgeois.



Club de sports de combat

Shopping Promenade de Claye-Souilly.

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 espaces, sobriété de la construction et de l'exploitation, développement de nouveaux matériaux tels que le bois 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.

La prise en compte de l'impact carbone lié aux mobilités est un sujet stratégique...

Objectif n°8

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

Réalisation 2022

33€/Ha
investis pour la reconquête de la biodiversité et la durabilité carbone de nos forêts

Objectif n°9

Développer des projets sobres en carbone et optimiser la performance thermique du patrimoine existant

Réalisations 2022

- SMO carbone élaboré et déployé sur un 1^{er} projet
- Label E+C- obtenu sur un 1^{er} projet (niveau conception)

Objectif n°10

Promouvoir les mobilités décarbonées

Réalisation 2022

1,6%
du parc de stationnement équipé en bornes de recharges pour véhicules électriques (objectif initial à 1,5%)
Rappel objectif 2025 : 5%

Objectif n°11

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

Réalisations 2022

100%
des sites français audités sur les consommations (eau et électricité) et la gestion des déchets

- Optimisation du traitement des déchets sur 2 nouveaux sites

Objectif n°12

Accompagner et inciter les preneurs via un Bail Responsable

Réalisation 2022

100%
des baux signés sur les 3 sites pilotes
= baux responsables (versus objectif de 80%)

à adresser dans le cadre des choix d'acquisition de futurs actifs



Christophe
Garot

Membre du
Comité de Mission

l'avis de...

Courant 2022, le Groupe a progressé, entre autres, en matière de sobriété carbone, en initiant la systématisation de l'Analyse du Cycle de Vie (ACV), en vue de mesurer puis réduire, le poids carbone de ses projets.

Le recrutement d'une responsable RSE permet également à FREY de bien structurer et piloter sa stratégie (objectifs, actions ciblées et reporting).

L'actualisation de la stratégie Climat, via la mise à jour du bilan carbone Groupe (selon le « GHG protocol »), avec une volonté de s'aligner avec les standards internationaux, va dans le bon sens et confirme l'importance de certains sujets à long terme, en renforçant la crédibilité des engagements.

Conscient de son empreinte globale, des enjeux associés et des leviers, le Groupe FREY est en capacité de relever les défis du secteur.

Notamment, en anticipant les exigences actuelles et futures de la RE2020, visant à réduire drastiquement les émissions carbone liées à son activité de développement (scope 3 direct) ; en accompagnant ces preneurs dans leur choix d'aménagement et leur intensité énergétique, et en prenant en compte l'impact des déplacements des visiteurs en phase exploitation (scope 3 indirect).

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

FoREY : le bois au cœur de notre stratégie de sobriété carbone

FoREY : un patrimoine forestier durablement géré

En créant son propre groupement forestier et en exploitant durablement des forêts en France, FREY poursuit un double objectif :

- 1 - Approvisionner la filière bois française et contribuer à sa structuration.
- 2 - Garantir ses propres besoins en sécurisant l'approvisionnement en bois de ses projets avec un matériau biosourcé, durable et local.

Le Groupement Forestier FoREY

en quelques chiffres

2020

FREY créé son propre Groupement Forestier

3.500 Ha

Surface globale du patrimoine forestier à horizon 2030

35 M€

de capacité d'investissement

1.600 Ha

répartis sur 8 forêts en France*

* Chiffre FoREY au 31-12-2021 (soit 48 % de l'objectif d'acquisition à horizon 2030 réalisé)



FoREY est adhérent de l'association Pro Silva, association de forestiers unis pour promouvoir une sylviculture respectueuse des processus naturels des écosystèmes forestiers

Ghislain de La Selle

Expert Forestier du Groupement Forestier FoREY



« Là où la forêt le rend possible par son état, nous orientons la gestion pratiquée vers la sylviculture à couvert continu, plus communément désignée par « traitement en futaie irrégulière ».

Il ne s'agit pas d'une méthode de sylviculture répondant à des critères prévus à l'avance et quantifiables depuis un bureau. C'est au cœur de la forêt, au pied des arbres, que l'on s'attache à façonner le peuplement futur.

Au travers du traitement en futaie irrégulière et par la méthode du contrôle, le but recherché est d'obtenir, sans à coup, un peuplement structuré et stratifié présentant un mélange pied à pied d'individus aux fonctions bien différenciées.

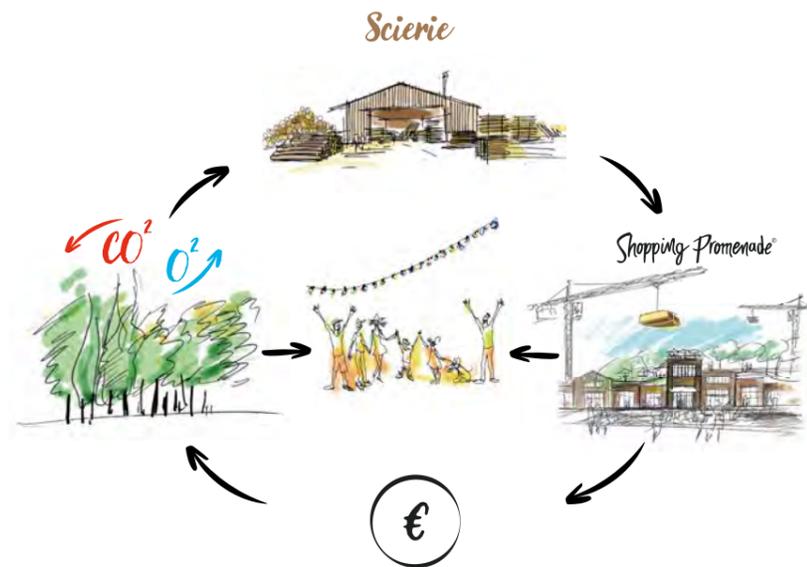
Les flux de stockage de carbone en forêt sont alors maximisés en quantité (l'accroissement naturel annuel) et en qualité (notion de durabilité carbone) pour une forêt plus résiliente et plus respectée dans ses cycles naturels.

Notre volonté est ainsi d'augmenter la valeur écologique et la valeur économique de la forêt, avec l'intuition que ces deux notions peuvent se stimuler et non pas s'opposer. »



Le bois au service de la construction bas carbone de FREY

Le cycle du bois :



Julie Le Roux

Responsable RSE & Développement durable de FREY

La priorité de FoREY est d'améliorer la qualité des bois récoltés en maximisant la production de bois d'œuvre destiné aux constructions et réhabilitations en France. Ceci permet un stockage de carbone sur le long terme et participe à la décarbonation du secteur.

Chez FREY, le recours au bois comme matériau de construction biosourcé est, après l'écoconception et la frugalité, le principal levier pour développer des projets sobres en carbone.

Open®

GRAND GENÈVE

1^{er} projet de commerce à recevoir le label E+C-



Open, à Saint-Genis-Pouilly (01), est un projet unique à l'échelle française en terme de sobriété carbone. Grâce à la mise en place d'un SMO carbone (Système de Management Opérationnel), au déploiement d'une ACV (Analyse en Cycle de Vie) et au recours massif au bois pour la structure et la vêtture, Open a obtenu le label E+C- (niveau E3C1) en phase conception. C'est une 1^{ère} en France pour un projet d'immobilier commercial.

5.000 m³

le volume de bois utilisé pour la structure et les bardages du projet



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.

La meilleure façon
de changer l'autre...
est de se changer
soi-même

Objectif n°13

Inclure nos collaborateurs
dans la Mission

Réalisation 2022

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

Objectif n°14

Engager nos prestataires
dans la Mission

Réalisation 2022

Charte « prestataires responsables »
signée par **79%** des fournisseurs
(75% visés)

Objectif n°15

Sensibiliser et partager
la Mission avec
les usagers de nos sites

Réalisation 2022

Création du marqueur
« Centre d'Intérêts Collectifs »
et déploiement sur 2 premiers sites

L'avis de...



Elisabeth
Laville

Membre du Comité de Mission

L'engagement des parties prenantes est essentiel dans l'exercice de la Mission d'intérêt collectif.

FREY a été pionnier sur beaucoup de sujets et peut partager son expérience et assumer un rôle d'influence via l'animation de dynamiques collectives.

En interne, FREY mobilise chacun de ses collaborateurs dans la mise en œuvre de la Mission et de la certification B Corp. C'est une belle réussite qui doit se poursuivre et s'étendre.

Pour engager les enseignes et fournisseurs, je crois beaucoup en l'exemplarité : FREY peut changer les pratiques en allant encore plus loin dans la performance immobilière et en posant, tant dans la gestion des bâtiments que la politique commerciale, des critères d'engagement environnemental et de contribution aux enjeux du territoire.

Au-delà, FREY peut se positionner comme partenaire des collectivités en proposant de faire de ses centres des lieux d'expérimentation urbaine autour des enjeux de reconversion des friches commerciales, d'accès à la culture ou aux soins, d'aménagement de lieux de fraîcheur, de mixité intergénérationnelle, d'ancrage local...

Enfin, la dynamique collective doit impliquer les visiteurs dans une logique expérientielle. Au-delà de la valorisation des actions menées sur chaque centre, FREY doit véritablement parvenir à les engager vers des changements de comportement.

Sur les mobilités par exemple, il faut valoriser le covoiturage et le vélo via des équipements adaptés et des animations attractives.

Le Centre d'Intérêt Collectif, ou comment inclure les usagers de nos sites dans notre Mission

De toutes les communautés avec lesquelles nous souhaitons partager notre Mission, les usagers de nos lieux (clients, salariés des enseignes et des prestataires de service) représentent certainement la plus difficile à engager.

Alors comment partager avec eux les défis qui se présentent à nous et les convictions qui nous animent ?

Comment mettre en avant les preuves concrètes qui marquent déjà l'engagement responsable de nos lieux ?

Et comment inciter ces usagers du quotidien à nous rejoindre pour faire vivre notre Mission et

ensemble participer à la création de richesses pour leurs territoires et à améliorer nos impacts sur l'environnement ?

Autant de grands enjeux fondamentaux auxquels il nous faut répondre pour faire vivre notre Mission et embarquer à nos côtés cette partie prenante plurielle et fondamentale.

3 Questions à



Clara Fabry

Directrice du Marketing Opérationnel chez FREY et manager en charge de l'objectif 15

Qu'est-ce qu'un Centre d'Intérêts Collectifs ?

C'est un lieu dans lequel vous n'avez plus à choisir entre vous faire plaisir et faire du bien ! Bien plus qu'un centre commercial, chacun de nos sites est un lieu de vie et de rencontres, un lieu qui rend service, un lieu qui profite à son territoire et à ses habitants. Un lieu qui sert les intérêts de tous.

Comment faire connaître vos engagements au public ?

Notre objectif était d'informer et sensibiliser tous les usagers de nos lieux. Il fallait trouver le bon message et le bon support pour s'adresser à la fois aux commerçants, aux équipes qui y travaillent, mais aussi aux visiteurs.

Pour partager notre Mission avec eux, nous avons choisi de prendre la parole en déployant une nouvelle signalétique dédiée.

Sous le marqueur commun « Centre d'Intérêts Collectifs », plusieurs thématiques sont abordées ; biodiversité, accessibilité, mobilité, culture, social, recyclage...

Nous avons installé des totems explicatifs pour montrer nos différentes actions au quotidien. Tout au long de leur parcours, les visiteurs peuvent ainsi découvrir les preuves concrètes de notre engagement.

Et le message passe ?

Nous ne sommes qu'au début de l'aventure, et la route est longue ! Mais déjà nous sentons clairement que beaucoup d'usagers sont non seulement sensibles, mais se sentent également concernés par les grands défis qui nous animent. Les animations que nous organisons par exemple sur les thématiques du « Do It Yourself » ou la préservation de la biodiversité sont de plus en plus populaires. Les aspirations des visiteurs de nos sites changent...et les nôtres aussi. Tout cela tombe très bien !



Pour partager notre Mission, nous avons choisi de prendre la parole en déployant une nouvelle signalétique dédiée...

...Sous le marqueur commun « Centre d'Intérêts Collectifs »

...Sous le marqueur commun « Centre d'Intérêts Collectifs »

...Sous le marqueur commun « Centre d'Intérêts Collectifs »

...Sous le marqueur commun « Centre d'Intérêts Collectifs »

...Sous le marqueur commun « Centre d'Intérêts Collectifs »

...Sous le marqueur commun « Centre d'Intérêts Collectifs »

...Sous le marqueur commun « Centre d'Intérêts Collectifs »

...Sous le marqueur commun « Centre d'Intérêts Collectifs »

...Sous le marqueur commun « Centre d'Intérêts Collectifs »

...Sous le marqueur commun « Centre d'Intérêts Collectifs »

...Sous le marqueur commun « Centre d'Intérêts Collectifs »

...Sous le marqueur commun « Centre d'Intérêts Collectifs »

...Sous le marqueur commun « Centre d'Intérêts Collectifs »

...Sous le marqueur commun « Centre d'Intérêts Collectifs »

...Sous le marqueur commun « Centre d'Intérêts Collectifs »

...Sous le marqueur commun « Centre d'Intérêts Collectifs »

...Sous le marqueur commun « Centre d'Intérêts Collectifs »

...Sous le marqueur commun « Centre d'Intérêts Collectifs »

...Sous le marqueur commun « Centre d'Intérêts Collectifs »

...Sous le marqueur commun « Centre d'Intérêts Collectifs »

...Sous le marqueur commun « Centre d'Intérêts Collectifs »

...Sous le marqueur commun « Centre d'Intérêts Collectifs »

...Sous le marqueur commun « Centre d'Intérêts Collectifs »

...Sous le marqueur commun « Centre d'Intérêts Collectifs »

...Sous le marqueur commun « Centre d'Intérêts Collectifs »

...Sous le marqueur commun « Centre d'Intérêts Collectifs »

...Sous le marqueur commun « Centre d'Intérêts Collectifs »

...Sous le marqueur commun « Centre d'Intérêts Collectifs »

...Sous le marqueur commun « Centre d'Intérêts Collectifs »

Notre responsabilité
est de regarder le monde
tel qu'il est,

de traiter les difficultés
connues et d'anticiper
celles à venir

Et... le mot de la fin



Nathalie
Palladitcheff

Présidente du Comité de Mission

L'avis de...

Après deux ans de Mission, FREY maintient son ambition, expérimente, réussit, échoue parfois.

Ce processus permet d'avancer avec pragmatisme et de faire réellement évoluer les pratiques. Mais nous sommes encore en phase de démarrage et de cadrage et il est trop tôt pour constater les résultats.

Les objectifs et actions pour répondre aux problèmes existants sont bien définis. De nouveaux défis s'ouvrent aujourd'hui.

Le premier est d'être en capacité de s'adapter constamment à l'évolution du contexte et des enjeux. Nous devons cultiver une vision prospective des sujets en gardant l'esprit ouvert pour décrypter et anticiper les problématiques de demain. Pour moi, c'est un principe fondamental du rôle du Comité de Mission, organe de questionnement mutuel et de prise de recul.

Dans cette perspective, plusieurs sujets de fond apparaissent. Tout d'abord, la préservation des écosystèmes constitue un enjeu d'actualité et d'urgence. FREY pourrait s'engager sur le sujet en synergie avec les enjeux climatiques et faire évoluer son business model dans cette double approche.

Par ailleurs, le renforcement de l'intégration des sujets ESG dans les décisions d'investissement me paraît essentiel. Une analyse des risques pourrait être menée dans les due diligences pour avoir une vision claire de l'équation rendement/risque et du potentiel de transformation des actifs.

Enfin, l'avant-gardisme de FREY en fait un leader de son secteur, mais l'entreprise ne pourra pleinement se transformer sans l'engagement de sa chaîne de valeur. Certaines questions mériteraient d'être traitées à l'échelle de l'industrie pour mutualiser et maximiser les impacts. FREY pourrait donc partager son retour d'expériences et **initier une réflexion collective avec les acteurs du secteur pour renforcer les synergies, encourager les expérimentations et trouver des solutions communes.**

Autant de nouveaux chantiers que nous devons ouvrir, en parallèle du suivi des actions en cours, pour maintenir l'ambition commune de « Remettre le commerce au service de l'intérêt collectif. »



Partie 02

Annexes

En savoir plus	P 39
Tableau de bord	P 40
Le Comité de Mission	P 42



2022, c'était aussi...

FREY est mécène de l'Épicerie Sociale et Solidaire de Reims depuis juin 2021. FREY invite ses salariés à participer à des journées de bénévolats tout au long de l'année pour prêter main forte le temps d'une journée aux bénévoles de l'association.



Journée en pleine nature pour les équipes FREY au cœur de notre forêt de Messigny et Ventoux (21) afin de s'initier aux métiers de la gestion forestière responsable



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 81% 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.

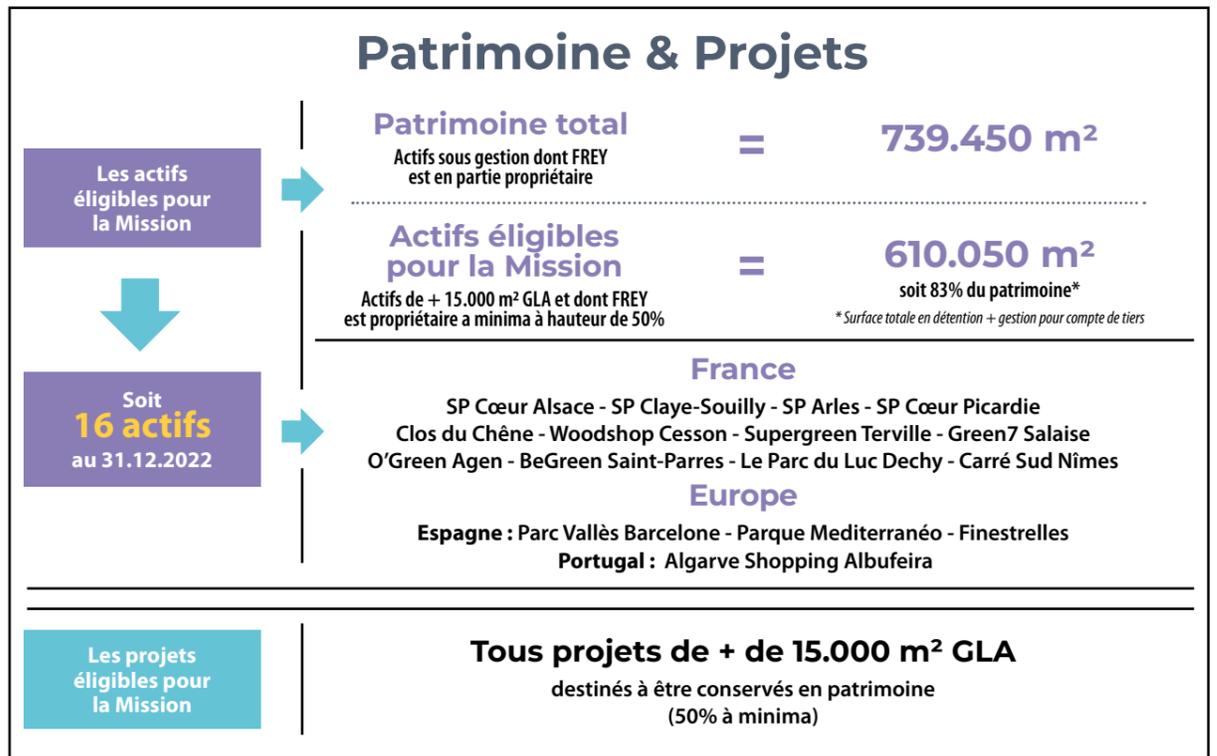


Tableau récapitulatif des 15 objectifs et de leurs indicateurs



Pilier 1

Vision 2025

Atterrissage 2022

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

- | | | |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Mixité : maintenir une part de mixité correspondant à 30% de la surface GLA des projets • Densité : densifier et accueillir de nouveaux usages réglementés au sein des sites existants | <ul style="list-style-type: none"> • 32% de mixité pour les projets en cours de développement à date (vs objectif de 30%) • Diagnostics de densification réalisés sur 100% des sites | <ul style="list-style-type: none"> 😊 😊 |
|---|--|--|

2 - Optimiser les accès bas carbone à nos sites

- | | | |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Créer pour chaque site 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 | <ul style="list-style-type: none"> • Méthodologie de travail avec les parties prenantes pour développer les connexions externes définie et rédigée • Site pilote identifié • Amélioration des infrastructures et des services liés aux mobilités douces internes sur 2 nouveaux sites | <ul style="list-style-type: none"> 😊 😊 😊 |
|---|---|---|

3 - Mieux intégrer les enjeux des territoires dans la conception de nos projets

- | | | |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • 100% des projets respectant une méthodologie et un référentiel d'analyse des enjeux territoriaux • Institutionnaliser des rencontres et échanges avec un panel de parties prenantes des projets (entreprises, commerçants, artisans, artistes, producteurs, associations...) | <ul style="list-style-type: none"> • Référentiel de l'analyse des enjeux territoriaux réalisé • Référentiel testé sur un projet pilote | <ul style="list-style-type: none"> 😊 😊 |
|---|--|--|

Pilier 2

Vision 2025

Atterrissage 2022

4 - Maximiser nos impacts et leurs retombées économiques sur les territoires

- | | | |
|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Devenir un acteur incontournable des territoires dans la valorisation des emplois locaux 😊
(objectif reparamétré à partir de 2023 sur la thématique de la valorisation des emplois locaux) | <ul style="list-style-type: none"> • Entreprises de construction : <ul style="list-style-type: none"> • 30% d'entreprises locales dans les travaux des projets des Docks de Saint-Ouen et d'Open Grand Genève • Prestataires de services : <ul style="list-style-type: none"> • Maintenir 90% des budgets 2022 alloués à des entreprises locales pour la gestion des sites • Locataires : <ul style="list-style-type: none"> • Maintenir 30% des loyers par des preneurs locaux au sein du patrimoine | <ul style="list-style-type: none"> 😊 😊 😊 |
|---|--|---|

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

- | | | |
|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • 100 % des sites impliqués dans la promotion des activités sociales et solidaires locales • Poursuivre le développement des Social Clubs en France et à l'étranger • Multiplier les événements fédérateurs et conviviaux | <ul style="list-style-type: none"> • Organisation de : <ul style="list-style-type: none"> - 3 événements associatifs, - 1 grande braderie responsable | <ul style="list-style-type: none"> 😊 |
|--|--|---|

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

- | | | |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Organiser au moins 1 action par an valorisant les producteurs et artisans locaux sur 100% des sites | <ul style="list-style-type: none"> • Pérennisation des actions existantes • Organisation de marchés sur 2 nouveaux sites | <ul style="list-style-type: none"> 😊 😊 |
|---|--|--|

7 - Mettre nos lieux au service de l'art urbain

- | | | |
|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • 100% des sites proposant une expérience artistique unique aux visiteurs | <ul style="list-style-type: none"> • Œuvres créées sur 3 nouveaux sites • 29 nouvelles œuvres réalisées (vs objectif de 23%) • Organisation de la 4^{ème} édition du festival de Street art de Clos du Chêne Marne-la-Vallée proposant pour la première fois des temps de rencontre entre les artistes et le public (écoles, visiteurs, employés du site) du 30/05 au 04/06/2022 | <ul style="list-style-type: none"> 😊 😊 😊 |
|--|--|---|

Pilier 3

Vision 2025

Atterrissage 2022

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

- | | | |
|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Poursuivre les acquisitions dans l'objectif de 3.500 ha en 2030 • Être novateur et exemplaire dans la gestion du patrimoine forestier | <ul style="list-style-type: none"> • 15€/ha investis sur la biodiversité sur 2 forêts • 18€/ha nouvelles plantations sur l'ensemble du patrimoine (vs objectif de 15€/ha/an) | <ul style="list-style-type: none"> 😊 😊 |
|--|--|--|

9 - Développer des projets sobres en carbone

- | | | |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • 100% des projets soumis à un système de management des opérations (SMO) bas carbone et visant le label E+C- | <ul style="list-style-type: none"> • SMO rédigé et déployé sur un premier projet • Label E+C- (niveau E3C1 - stade conception) obtenu pour Open | <ul style="list-style-type: none"> 😊 😊 |
|--|---|--|

10 - Promouvoir les mobilités décarbonées

- | | | |
|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • 5% du parc de stationnement des sites équipé de bornes de recharge pour véhicules électriques • Mettre en œuvre au moins 1 opération de promotion des mobilités décarbonées par an sur tous les sites | <ul style="list-style-type: none"> • 1.6% du parc de stationnement équipé de bornes de recharge pour véhicules électriques (vs objectif de 1,5%) • Etudes qualitatives pour cerner les attentes et pratiques des clients sur 7 sites (vs objectif de 4) • Organisation de 2 événements de promotion des mobilités décarbonées (vs objectif de 1) | <ul style="list-style-type: none"> 😊 😊 😊 |
|--|--|---|

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

- | | | |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • 100% des sites alimentés en énergie verte et engagés dans une réduction des consommations (pour les parties communes) • 100% des sites engagés dans une stratégie d'optimisation de la gestion des déchets | <ul style="list-style-type: none"> • 100% des sites français concernés par un état des lieux des consommations et un audit des solutions de réduction de ces consommations (parties communes) • 1 nouveau site concerné par l'optimisation de la gestion des déchets (vs l'objectif de 2 nouveaux sites concernés) | <ul style="list-style-type: none"> 😊 😊 |
|---|--|--|

12 - Accompagner et inciter les preneurs via un Bail Responsable

- | | | |
|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • 100% des locataires signataires d'un bail responsable • Mettre en place un système de bonus pour les enseignes allant au-delà des exigences environnementales définies • Accompagner les enseignes dans leur engagement sociétal | <ul style="list-style-type: none"> • 100% des baux signés sur les 3 sites pilotes sont responsables (vs objectif de 80%) | <ul style="list-style-type: none"> 😊 |
|---|--|---|

Pilier 4

Vision 2025

Atterrissage 2022

13 - Inclure nos collaborateurs dans la Mission

- | | | |
|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • 100% des collaborateurs engagés dans la réalisation des objectifs de la Mission • Organiser des actions engageant les collaborateurs dans le sens de la Mission | <ul style="list-style-type: none"> • 39 journées de bénévolat offertes à l'épicerie Solidaire et 70 collaborateurs impliqués • Journée Forey le 8/11/22 avec 32 collaborateurs • De nombreuses actions du quotidien menées sur l'année | <ul style="list-style-type: none"> 😊 😊 😊 |
|--|--|---|

14 - Engager nos prestataires dans la Mission

- | | | |
|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • 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 | <ul style="list-style-type: none"> • 79% de tous les fournisseurs français éligibles adhérents à la Charte (vs objectif de 75%) • Charte traduite en Espagnol, Portugais et Polonais • 15 prestataires principaux interrogés via un quizz sur l'application de la charte | <ul style="list-style-type: none"> 😊 😊 😊 |
|--|--|---|

15 - Sensibiliser et partager la Mission avec les usagers de nos sites

- | | | |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Communiquer sur la Mission sur 100% des sites • Obtenir une moyenne Net Promoter Score d'au moins 6/10 | <ul style="list-style-type: none"> • Création du marqueur "Centre d'intérêts collectifs" et déploiement de la signalétique sur 2 sites • Enquête client réalisée. Net Promoter Score de 6/10 atteint | <ul style="list-style-type: none"> 😊 😊 |
|---|--|--|

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

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. 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).
- Veiller au respect de la Mission et signaler tout manquement ou obstacle à son accomplissement.
- Adopter un rapport de Mission, joint au rapport de gestion de l'entreprise.
- Procéder à tous travaux nécessaires à l'exercice de son rôle et à l'élaboration de son rapport.

Le Comité de 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

Risk manager chez FREY, a rejoint les équipes du groupe en 2009 pour occuper le poste de Directrice comptable puis Responsable du reporting et de la consolidation. Riche de sa connaissance du groupe et de son fonctionnement, Carine est devenue en novembre 2019 Risk Manager.



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.



François Lemarchand

Membre du Conseil d'Administration de FREY en tant qu'administrateur indépendant. En 1976, il crée et préside encore à ce jour, la holding familiale Mercator SA. Fondateur et ancien président de Nature et Découvertes, François a créé en parallèle la fondation « François Lemarchand » et s'engage dans d'autres fondations ayant pour objet l'écologie et le mécénat.



JEUX

HOS

gersain



MAXIBAZAR

FREY Entreprise
La foncière à mission  Certifiée

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

Frey.fr

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