Mansartis

Mai 2025

DOCUMENT
REGLEMENTAIRE

Rapport d'engagement

MANSARTIS ASIE ISR

Exercice 2024

www.mansartis.com

Mansartis Gestion – 8, place Vendôme 75001 Paris – +33 1 42 96 10 70 – Fax. +33 1 40 15 07 40
S.A.S au capital de 1 344 240 € – 324 823 996 RCS Paris – N° intracommunautaire FR 09 324 823 996 – Agrément AMF n° GP90045

Rappel du cadre méthodologique

Conformément à sa politique d'engagement, Mansartis a mené un dialogue actif avec les entreprises en portefeuille afin de promouvoir l'amélioration de leurs pratiques extra-financières.

Dans le cadre du fonds Mansartis Asie ISR, l'objectif de cette démarche a été d'encourager les entreprises à renforcer leur politique et leurs actions en matière de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE).

Pour y parvenir, trois leviers d'engagement ont été mis en œuvre par Mansartis. Le présent document dresse le bilan de ces actions menées au cours de la période.

1. LA PARTICIPATION A DES ACTIONS ET PROMOTIONS COLLECTIVES

Mansartis participe depuis plusieurs années à des actions collaboratives en lien avec sa démarche d'investissement responsable. Ces actions peuvent prendre différentes formes :

Participation à des actions et promotions collectives des meilleures pratiques extra-financières :

- Depuis 2018, Mansartis est signataire des UNPRI qui visent à promouvoir les bonnes pratiques ESG mais surtout l'investissement responsable à travers le monde.
- Mansartis est membre de la Plénière Investissement Responsable de l'AFG.

Envoi d'une lettre commune signée par l'ensemble des investisseurs participants :

Tribunes	Promoteurs	Dates
Tribune « Say On Climate »	Forum pour l'Investissement Responsable	12/04/2022
Tribune « Say On Climate » 2023	Forum pour l'Investissement Responsable	06/03/2023
Tribune en faveur d'une régulation plus robuste contre le travail forcé.	investor Alliance For Human Right	23/03/2023
Tribune en faveur d'un outil législatif contraignant au niveau international afin de mettre fin à la pollution plastique	UNPRI	07/03/2024

2. CAMPAGNE D'ENGAGEMENT THÉMATIQUE ANNUELLE

Chaque année, Mansartis mène une campagne d'engagement thématique ciblée auprès d'un échantillon d'émetteurs en portefeuille afin de les inciter à améliorer leurs pratiques ESG sur des enjeux jugés prioritaires.

En 2024, cette campagne a été centrée sur la réduction de l'intensité carbone en lien avec l'objectif ESG du fonds. À partir des données S&P Trucost, cinq entreprises en portefeuille au 31/12/2024 ayant les plus fortes intensités carbone ont été identifiées, en intégrant les émissions des Scopes 1, 2 et 3, y compris celles liées aux activités amont et aval de leur chaîne de valeur.

Un courrier a été adressé à chacune de ces entreprises, soulignant les périmètres d'émissions les plus significatifs et sollicitant des précisions sur les actions correctrices envisagées pour en réduire l'impact.

Bilan quantitatif

La communication avec les entreprises a été réalisée par l'envoi d'un mail (exemple disponible en annexe) au mois d'avril 2025.

Nombre de sociétés en portefeuille au 31/12/2024	30
Nombre de sociétés contactées	5
Nombre de sociétés ayant répondu	2
Taux de réponse	40%

Part du fonds concernée par un engagement E, S ou G :

Au moins un engagement E	16,6%
Au moins un engagement S	0%
Au moins un engagement G	0%
Part du fonds concernée par au moins un engagement	16,6%

Bilan qualitatif

Le bilan de cette campagne 2024 reste partiellement mitigé. Avec un taux de réponse de 40 %, la démarche met en lumière une certaine réticence ou une maturité encore hétérogène des entreprises asiatiques sur les sujets ESG, notamment en matière de communication et de transparence sur les émissions de Scope 3. Ce constat n'est toutefois pas surprenant, la région, bien que dynamique sur le plan industriel, accuse globalement un certain retard en matière d'intégration ESG par rapport à l'Europe ou à l'Amérique du Nord. Toutefois, les réponses détaillées reçues de certaines entreprises, notamment Coway, montrent qu'un mouvement de fond est en cours. La montée en puissance des réglementations locales, la pression croissante des investisseurs internationaux et l'évolution des attentes sociétales contribuent progressivement à faire évoluer les pratiques. Cette tendance de rattrapage justifie pleinement la poursuite de notre stratégie d'engagement ciblé dans la région.

Deux sociétés ont donc répondu à notre sollicitation : Techtronic Industries et Coway.

Techtronic Industries

La réponse reçue, bien que brève, souligne une intégration des enjeux d'électrification et d'éco-conception dans le modèle économique même de l'entreprise. Techtronic affirme que la transition vers des outils électriques à batterie et la réduction des émissions en phase d'usage constituent le cœur de sa proposition de valeur. Elle se présente comme le leader mondial dans le domaine des outils sans fil pour les professionnels et le grand public. Toutefois, la réponse n'apporte pas de détail spécifique sur les mesures récentes, les données de performance ou les efforts de sensibilisation des consommateurs. Elle invite simplement à consulter les rapports publics disponibles, sans réelle personnalisation ou effort de dialogue. Cela limite notre capacité à évaluer précisément l'ambition ou la trajectoire de décarbonation de l'entreprise au-delà de son positionnement commercial.

Coway

La réponse de Coway se distingue par son niveau de détail et sa volonté d'ouverture au dialogue. L'entreprise coréenne met en avant plusieurs innovations visant à réduire la consommation énergétique de ses produits, notamment :

- l'intégration de technologies de chauffage instantané et de refroidissement dans ses purificateurs d'eau ;

- des réductions concrètes de la consommation d'énergie allant jusqu'à 19,3 % sur certains modèles récents ;
- le respect des standards de l'agence coréenne de l'énergie (Korea Energy Agency) pour le développement de nouveaux produits plus efficaces ;
- l'adoption de capteurs pour activer des modes "éco" automatiques, comme la détection nocturne dans les purificateurs.

Coway admet toutefois ne pas encore avoir mis en place de programme d'éducation des consommateurs, tout en signalant son intention d'envisager de telles initiatives à l'avenir. Cette réponse témoigne d'une approche proactive et structurée en matière d'éco-conception et d'efficacité énergétique, en ligne avec nos attentes en tant qu'investisseur responsable.

3. LES RENCONTRES AVEC LES SOCIÉTÉS

Nous avons rencontré plusieurs entreprises du portefeuille tout au long de l'année 2024 (en physique et virtuel). Ces échanges ont été l'occasion d'aborder en profondeur leurs pratiques ESG, d'évaluer leur niveau d'engagement sur les enjeux climatiques, sociaux et de gouvernance.

Yum China – (entretien téléphonique)

Au cours d'un échange téléphonique avec la direction de Yum China, plusieurs points clés ont été abordés concernant la stratégie environnementale et les initiatives en matière de développement durable.

Neutralité carbone : L'entreprise a réitéré son objectif d'atteindre la neutralité carbone d'ici 2050, en cohérence avec les engagements de la Chine et sa propre feuille de route stratégique. Un plan de décarbonation progressif est en cours d'élaboration, structuré autour de l'efficacité énergétique, des énergies renouvelables, et de la gestion des déchets alimentaires.

Scopes 1 & 2 : Yum China a indiqué poursuivre ses efforts pour réduire ses consommations d'électricité dans ses restaurants via des équipements basse consommation, une meilleure isolation thermique, et l'optimisation des systèmes de réfrigération. Plus de 2 800 restaurants étaient alimentés par des sources renouvelables en 2023.

Scope 3 – chaîne d'approvisionnement : La société reconnaît la complexité de la décarbonation de sa supply chain, en particulier pour les produits frais. Des partenariats sont en cours avec certains fournisseurs stratégiques pour réduire leur empreinte, avec un accent mis sur les bonnes pratiques agricoles et logistiques.

Digitalisation et réduction des déchets : Yum China investit dans des outils digitaux permettant de mieux calibrer les approvisionnements et les ventes afin de limiter le gaspillage alimentaire. Une plateforme de gestion centralisée des déchets est en déploiement dans ses grandes enseignes.

Initiatives sociales : Au-delà de l'environnement, la société met l'accent sur l'égalité des chances, notamment à travers le programme « One Store One Dream », promouvant l'inclusion des jeunes issus de zones rurales.

Anta Sports – (entretien téléphonique)

Lors d'une réunion avec Anta Sports, nous avons pu échanger sur les grands axes de la stratégie environnementale et sociale du groupe.

Stratégie bas carbone : Anta a confirmé viser une réduction de 30 % de ses émissions de GES (Scopes 1+2) d'ici 2030 par rapport à 2020. Les investissements concernent principalement la modernisation énergétique des sites de production, l'achat d'électricité verte, et l'électrification du transport interne.

Approche circulaire : Le groupe développe des produits à base de matériaux recyclés (notamment polyester et coton), avec pour objectif que 50 % des vêtements de la marque soient « écoresponsables » d'ici 2025. Le recyclage post-consommation reste en phase pilote.

Contrôle fournisseurs : Anta mène des audits réguliers sur les critères environnementaux et sociaux dans sa supply chain. L'entreprise suit les recommandations du Sustainable Apparel Coalition (SAC) et déploie la Higg Index platform pour standardiser les pratiques.

Innovation produit : Le département R&D a été restructuré pour intégrer des critères ESG dès la conception. Les nouvelles gammes de chaussures utilisent de plus en plus de procédés de teinture à faible impact et des colles sans solvants.

Engagement communautaire : Enfin, Anta développe des programmes communautaires dans les zones rurales chinoises, notamment autour du sport et de la santé infantile, conformément à sa politique de responsabilité sociale.

Techtronic Industries – (conférence Asie)

Un échange informel a eu lieu avec des représentants de Techtronic Industries lors d'une conférence en Asie, permettant d'aborder plusieurs thématiques ESG.

Electrification des gammes : Le groupe a confirmé que la transition vers des outils électriques à batterie est au cœur de son positionnement stratégique. Cela permet une réduction directe des émissions de Scope 1 & 2 liées à l'utilisation finale des produits.
Conception produit : Des efforts importants sont réalisés pour allonger la durée de vie des outils, faciliter leur réparabilité, et intégrer des matériaux plus durables. L'entreprise met également en avant son système de batteries interchangeables visant à limiter le nombre de produits nécessaires.
Engagement utilisateurs : TTI fournit des informations aux consommateurs sur les bonnes pratiques d'utilisation pour réduire la consommation énergétique (notamment via des guides et applications dédiées), bien que cela reste encore perfectible.
Performance ESG : Les représentants ont rappelé que l'ensemble des objectifs climatiques, y compris ceux liés à la chaîne de valeur, sont publiés et suivis via le rapport ESG annuel. Un dialogue avec les investisseurs est encouragé pour accompagner la transition.

Mansartis

ANNEXE – EXEMPLE DE COURRIER ENVOYE

Objet : Actions taken regarding Mediatek's carbon intensity?

Dear Wang Chiao-Chieh,

Mansartis, which is currently an investor in Mediatek, is an independent Asset Management Boutique based in Paris with an expertise in global equity and multi-asset fund management. We serve private clients, institutions, and non-profit organizations through our asset management practice. We currently manage about 1100M€ AuM through 22 mutual funds, integrating Environmental, Social, and Governance (ESG) criteria into our investment process.

As a responsible investor, Mansartis relies on S&P TruCost data to assess the carbon intensity of the companies in which we invest. We analyze emissions across Scope 1, 2, and 3 (both upstream and downstream) to evaluate the overall carbon footprint of each company.

Our objective is to maintain a carbon intensity across our portfolios that is lower than that of our investment universe. However, our analysis shows that Mediatek is among the five companies with the highest carbon intensity in our SRI-labeled portfolios. Specifically, Mediatek has a total carbon intensity of 6080 tCO2/m€ revenue according to S&P TruCost.

Our assessment indicates that the primary source of emissions comes from GHG - Scope 3 Use of Sold Products, which accounts for 4,549 tCO_2/m€ revenue. These emissions are generated during the use phase of the chipsets and semiconductor components designed by MediaTek for smartphones, consumer electronics, and connected devices.

As a major player in system-on-chip solutions for mobile, home, and IoT applications, MediaTek has a direct impact on the energy efficiency of billions of end-user devices. We would like to understand your initiatives to reduce the operational carbon footprint of your technology.

Are you optimizing your designs for power efficiency, especially in 5G, Wi-Fi, and AI-enabled processors? Have you established energy-per-function or thermal performance targets across your product families? Additionally, are you collaborating with OEMs to enable low-power modes or smarter energy management in consumer electronics?

If needed, we can provide more detailed information upon request.

Looking forward to your insights.

Best regards