Mansartis

Mai 2025

DOCUMENT
REGLEMENTAIRE

Rapport d'engagement

MANSARTIS TERNATIV 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 Ternativ 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	36
Nombre de sociétés contactées	5
Nombre de sociétés ayant répondu	4
Taux de réponse	80%

Bilan qualitatif

Sur les cinq sociétés contactées, quatre ont répondu à notre sollicitation : NVIDIA, Schneider Electric, Home Depot, et Ashtead. Ces échanges ont pris la forme de réponses écrites ou d'entretiens directs avec les équipes relations investisseurs. Le taux de réponse de 80 % témoigne d'un engagement notable de la part des entreprises ciblées, en particulier dans les secteurs industriels et technologiques. Il apparaît cependant que la maturité sur les émissions indirectes (Scope 3) varie fortement selon les acteurs, et que des progrès restent à faire en matière de transparence sur les données et les objectifs intermédiaires. Cette

campagne a permis de nourrir notre analyse des trajectoires climatiques des sociétés concernées et renforce la pertinence de nos dialogues continus sur ces thématiques.

NVIDIA

Le groupe a répondu poliment en expliquant que, pour des raisons d'équité d'accès à l'information et de ressources limitées, il centralise la gestion des questions ESG lors de conférences dédiées aux actionnaires. NVIDIA nous a proposé de participer à leur prochain ESG call, sans adresser directement nos questions à ce stade. En attendant, ils nous ont orientés vers leur rapport de durabilité FY24, document riche et structuré, dans lequel sont détaillées leurs actions en matière d'efficacité énergétique, d'approvisionnement responsable, et d'alignement avec les objectifs climatiques de long terme. Nous saluons cette volonté de transparence encadrée, tout en regrettant l'absence de dialogue direct dans le cadre de notre campagne ciblée. Ce retour illustre les contraintes opérationnelles croissantes des grandes capitalisations très sollicitées par les investisseurs ESG.

Schneider Electric

Bien que n'ayant pas encore formellement répondu à nos questions par oral ou écrit, a prévu un échange dédié en juin 2025..

Home Depot

La société a mis en avant ses initiatives d'éco-conception pour ses produits à marque propre, ainsi que ses efforts pour mieux mesurer et réduire les émissions indirectes générées par les produits vendus dans ses magasins. La société a également évoqué son programme de partenariats fournisseurs pour améliorer la performance environnementale de ses références les plus carbonées.

Ashtead

Nous avons échangé avec l'équipe IR d'Ashtead afin d'approfondir les enjeux liés à leur stratégie de décarbonation. Cet échange a permis de mieux cerner les leviers, contraintes et ambitions climatiques du groupe dans un modèle économique fondé sur la location d'équipements.

1. Stratégie climat – Scopes 1 & 2 : Ashtead confirme que les émissions directes (Scopes 1 et 2) sont sous contrôle opérationnel, et fait état de plusieurs initiatives concrètes pour

réduire leur intensité. Cela inclut l'électrification progressive de la flotte de transport, l'optimisation logistique des trajets, et l'introduction de carburants alternatifs. Le groupe se dit fermement engagé dans cette trajectoire : "we are committed to the journey as fast as we can."

2. Scope 3 – Usage des équipements loués : Le groupe reconnaît la complexité du Scope 3, en particulier les émissions générées lors de l'utilisation de ses équipements par les clients. La part d'équipements électriques reste marginale, freinée par la faible demande client, souvent motivée par le différentiel de coût. Ashtead adopte une posture pragmatique : accompagner les demandes existantes sans imposer des solutions bas carbone non désirées. Il n'existe à ce jour aucun objectif chiffré sur la part future d'équipements électriques. Par ailleurs, les machines en fin de vie sont revendues dans le circuit de seconde main, participant à une logique circulaire.

3. Télémétrie et données d'usage client : Une partie de la flotte est désormais équipée de capteurs permettant d'analyser les usages. Ashtead met ces données à disposition de ses clients pour favoriser une meilleure performance énergétique (optimisation des temps d'usage, gestion des consommations), renforçant ainsi un levier d'efficience à défaut d'électrification rapide.

4. Science Based Targets / SBTi : La trajectoire de réduction n'a pas encore été validée par la SBTi. Le groupe pointe la difficulté de concilier les exigences fortes de réduction à court terme avec un business model en forte croissance. Cette limite est néanmoins reconnue, et une volonté d'alignement progressif a été exprimée.

5. Positionnement stratégique : Ashtead rappelle que son modèle de location est structurellement plus sobre que l'acquisition individuelle d'équipements, puisqu'il permet une mutualisation de l'usage et une meilleure efficacité du cycle de vie des machines. Cela constitue un levier indirect mais puissant en faveur d'une réduction globale de l'intensité carbone du secteur.

3. LES RENCONTRES AVEC LE MANAGEMENT DES SOCIÉTÉS

Nous avons eu l'occasion de rencontrer la société Sony au cours de l'année 2024.

Lors de notre échange avec Sony, nous avons abordé les enjeux liés à la trajectoire climat du groupe, en particulier dans un contexte de transition énergétique pour les groupes technologiques mondiaux. Le management a souligné que Sony s'était engagé dès 2021 à atteindre la neutralité carbone sur l'ensemble de la chaîne de valeur (Scopes 1, 2 et 3) d'ici 2040, un objectif ambitieux inscrit dans le programme Road to Zero. À court terme, la neutralité est visée sur les Scopes 1 et 2 dès 2030, principalement via l'optimisation énergétique des sites, le recours croissant aux énergies renouvelables (objectif de 100 % d'ici 2030 dans le monde), et une modernisation des procédés de production.

Concernant le Scope 3, Sony reconnaît la prédominance des émissions liées à l'usage des produits vendus, notamment les téléviseurs, consoles et appareils électroniques. La société travaille sur l'éco-conception, l'efficacité énergétique des nouveaux modèles (normes internes Green Management 2025), et le développement d'un reporting plus précis sur le cycle de vie. Un dialogue s'est également engagé sur l'économie circulaire, sujet sur lequel Sony a mis en avant ses efforts pour incorporer davantage de plastiques recyclés dans ses appareils (matériau SORPLAS) et pour augmenter le taux de recyclabilité des produits. Enfin, l'équipe a mentionné des initiatives de sensibilisation du consommateur à des pratiques d'usage moins énergivores, bien que celles-ci restent encore marginales.

Ce dialogue a permis de mieux comprendre les efforts techniques et structurels de Sony pour aligner ses opérations avec les attentes climatiques de long terme, tout en soulignant les défis liés à la complexité du Scope 3 et à l'engagement des utilisateurs finaux.

Mansartis

ANNEXE – EXEMPLE DE COURRIER ENVOYE

Objet : Actions taken regarding NVIDIA's carbon intensity?

Dear Stewart Stecker,

Mansartis, which is currently an investor in NVIDIA, 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 NVIDIA is among the five companies with the highest carbon intensity in our SRI-labeled portfolios. Specifically, NVIDIA has a total carbon intensity of 4520 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 represents 4,406 tCO_2/m€ revenue. These downstream emissions stem largely from the high energy consumption of GPUs and data center hardware over their lifecycle.

We are interested in how Nvidia is addressing the sustainability challenge tied to performance-driven computing. As you are working to improve the energy efficiency per computation of your chips, particularly in AI and data center workloads, can we expect an improvement of your sustainability impact in 2025 ?

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

Looking forward to your insights.

Best regards