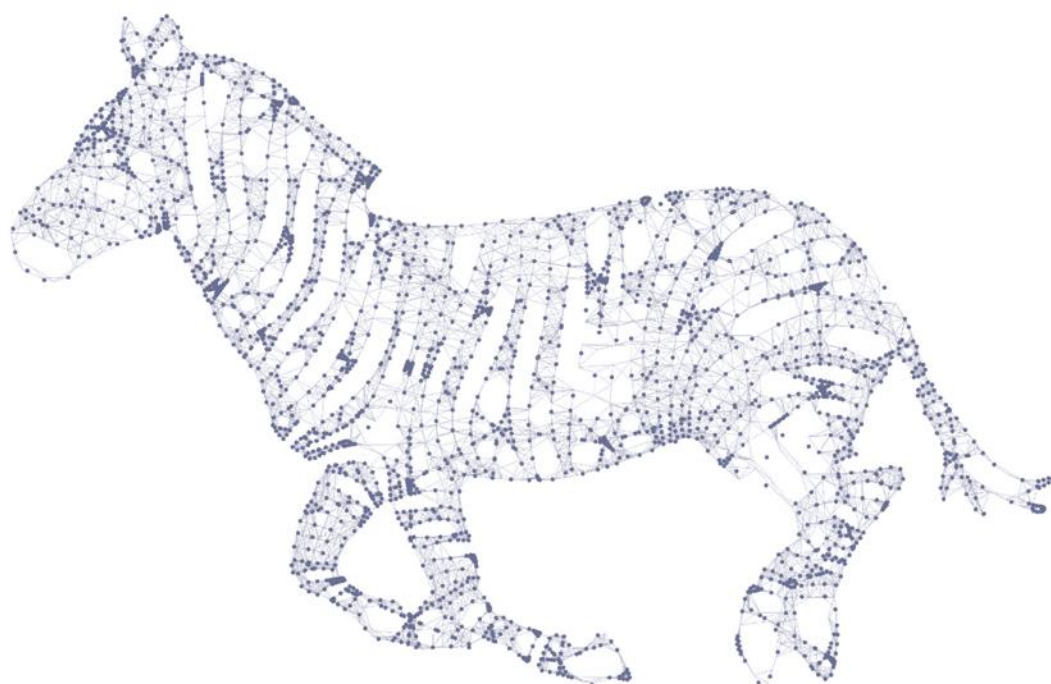


trusteam
finance



COMPTE RENDU DE LA POLITIQUE D'ENGAGEMENT ACTIONNARIAL

TRUSTEAM FINANCE

FEVRIER 2022

2021

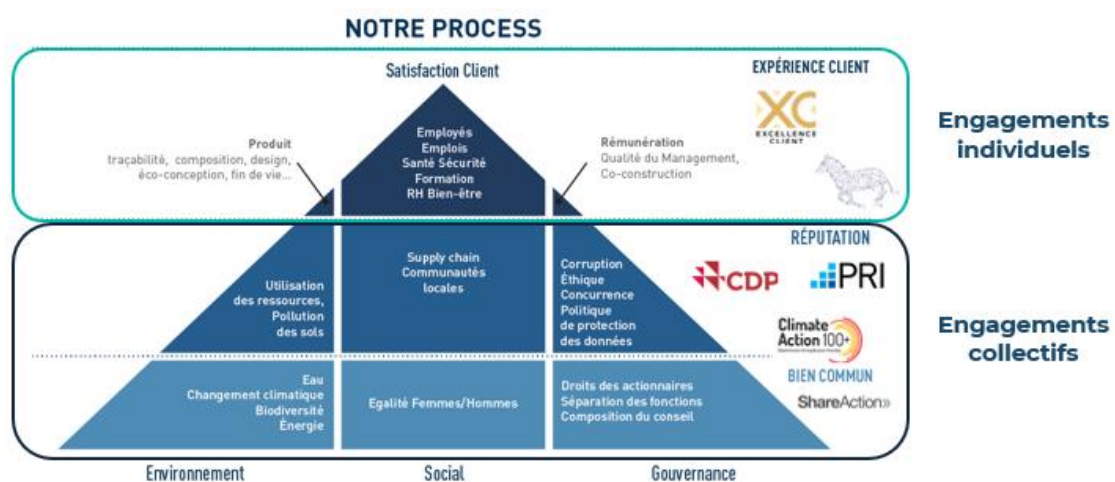
Sommaire

1. Rappels des principes de la politique d'engagement actionnarial	3
2. Engagements individuels : le prix excellence client	5
2.1. Le Prix Excellence Client	5
2.1.1. Objectif : féliciter et distinguer les meilleures pratiques	5
2.1.2. Méthodologie	5
2.1.3. Résultats	7
2.2. Engagements sur la Stratégie Client des sociétés	12
2.3. Trusteam s'engage: « 100% Net Zero, 0% M »	12
3. Engagements collectifs	14
3.1. Lead investor	14
3.1.1. Climate action 100+	14
3.2. Supporting investor	16
3.3. Investor Statement - Signatory	17
4. Engagements de place	18
4.1. Au sein de l'AFG (Association Française de la Gestion)	18
4.2. Autres organisations	18
5. Exercice des droits de vote	19
5.1. Périmètre de vote	19
5.2. Application des principes de la politique de vote	20
5.3. Conflits d'intérêts	21
5.4. Mode d'exercice du droit de vote	21
Annexe 1 : Tableau de Vote Trusteam ROC	22
Annexe 2 : Tableau de Vote Trusteam ROC EUROPE	23
Annexe 3 : Tableau de Vote Trusteam ROC PME	24
Annexe 4 : Tableau de Vote Trusteam ROC FLEX	25
Annexe 5 : Tableau de Vote Trusteam OPTIMUM	26
Annexe 6 : Tableau de Vote Trusteam Selective Recovery	27

1. RAPPELS DES PRINCIPES DE LA POLITIQUE D'ENGAGEMENT ACTIONNARIAL

Les initiatives présentées ci-après résument les actions qui ont été menées par Trusteam Finance dans le cadre de sa politique de vote et d'engagement au cours de l'année 2021.

L'analyse de la Satisfaction Client et de la Stratégie Client d'une entreprise, analyse ESG au cœur de notre stratégie de gestion, structure notre politique d'engagement actionnarial. Afin de promouvoir de bonnes pratiques auprès des entreprises, deux types d'engagements peuvent être distingués :



Différents types d'engagements en fonction du lien à la Satisfaction Client

1. Engagements individuels 2. Engagements collaboratif

Lorsqu'il s'agit de promouvoir directement la Satisfaction Client et une meilleure orientation client des entreprises, Trusteam Finance porte des engagements individuels, comme le Prix Excellence Client.

Sur des sujets plus larges où Trusteam Finance possède une expertise plus limitée, la façon la plus efficace de procéder nous semble être de nous lier à des engagements collectifs, collaboratifs, au sein d'une coalition d'investisseurs, par exemple dans le cadre du Climate Action 100+, du Carbon Disclosure Project ou des PRI.

Quant aux votes en assemblée générale, leur orientation est fortement liée à l'analyse ROC (Return on Customer) que nous faisons des entreprises, en particulier sur la rémunération des comités de direction ou l'analyse de la gouvernance des instances dirigeantes.

Les principales actions d'engagements que nous avons mené ces dernières années peuvent être résumées par le tableau ci-dessous :

Nombre de sociétés ciblées	2018	2019	2020	2021
<u>Niveau de relation</u>				
Basique (signataire lettre)	103	116	106	125
Simple (1 contact)	4	9	51	10
Répétée (2/3 contact)	125	144	72	112
Approfondie (3+ contacts)	12	12	17	18
Dialogue ouvert avec les sociétés	244	281	246	265
<u>Satisfaction Client (Trusteam)</u>				
Dont Prix XC	53	60	60	58
Dont Club Trusteam ISR - Engagement Net Zero			11	0
Dont Call Satisfaction Client	94	111	27	84
<u>Coalition d'investisseurs</u>				
Dont CA100+	7	7	10	10
Dont CDP			46	-
Dont Autres Collaboratif -Environnement	10	10	10	14
Dont Autres Collaboratif -Social	22	22	44	44

Les différents types d'engagements auxquels nous participons peuvent également être classifiés suivant deux axes : d'un côté, en fonction de la contribution¹ qu'ils permettent d'avoir et d'un autre, l'implication qu'à Trusteam au sein de ces initiatives



Classification des différents types d'engagement en fonction de leur contribution à l'impact et de l'implication de Trusteam (2021)

¹ Classification de la contribution des investissements présentés par l'IMP Signal that impact matters & Engage Actively <https://impactmanagementproject.com/investor-impact-matrix/> ; <https://impactmanagementproject.com/wp-content/uploads/A-Guide-to-Classifying-the-Impact-of-an-Investment-3.pdf> « the investor uses expertise and networks to improve the environmental/ societal performance of businesses ».

2. ENGAGEMENTS INDIVIDUELS : LE PRIX EXCELLENCE CLIENT

2.1. Le Prix Excellence Client

Trusteam a choisi une démarche unique et positive : mettre l'accent sur des exemples à suivre qui montrent la voie pour construire une société plus durable. Cette approche permet également de diffuser les vertus de la Satisfaction Client.

2.1.1.Objectif : féliciter et distinguer les meilleures pratiques

Créé par l'Académie du Service, Ipsos et Trusteam Finance, le prix Excellence Client a été remis pour la quatrième fois le 18 mars 2021. Unique en son genre, ce prix récompense les entreprises qui réussissent en prenant soin de leurs clients.

L'excellence client est mesurée à l'aune de trois dimensions : la satisfaction client, la culture client et la performance.

Distinguer les entreprises qui excellent

Certaines entreprises ont bien compris que l'entreprise doit placer le client, son principal actif, au centre des décisions. C'est la clé de la performance économique, financière et extra-financière. Elles orientent leurs efforts vers la satisfaction client à travers la mise en œuvre de véritables organisations et moyens. Elles enclenchent ainsi une dynamique vertueuse à tous les niveaux de l'organisation : des clients satisfaits et fidélisés jouant le rôle d'ambassadeurs de la marque, des marges retrouvées, une meilleure cohésion et des collaborateurs plus motivés. Distinguer et promouvoir ces entreprises qui excellent en prenant soin de leurs clients, telle est l'ambition du Prix Excellence Client.

Trois expertises complémentaires sur lesquelles capitaliser

Les expertises complémentaires des trois partenaires permettent de déterminer les entreprises qui excellent en matière de satisfaction client. Les sociétés récompensées sont celles qui placent cette dimension au cœur de leur stratégie, et font du client leur actif le plus important.

Les trois fondateurs du prix ont ainsi allié leurs expertises pour imaginer une méthodologie unique en son genre, qui combine mesure de la satisfaction client, évaluation de la culture service, et appréciation des moyens mis en œuvre pour mener à bien la stratégie client.

2.1.2.Méthodologie

Pour être éligibles, les lauréats sont d'abord sélectionnés par les clients. En effet, le baromètre Ipsos-Trusteam Finance est la porte d'entrée au prix Excellence Client à travers une étude de satisfaction menée auprès de 100.000 consommateurs européens et portant sur près de 900 marques.

Une analyse rigoureuse de la culture client et des moyens mis en œuvre réalisée à partir d'un questionnaire donnant lieu à notation, ainsi qu'un entretien en face à face complètent ce processus de sélection.

Pour le millésime 2021, neuf secteurs ont été étudiés, comme en 2020 : l'automobile, l'assurance, les opérateurs de téléphonie, la banque, l'énergie, la grande distribution, la distribution spécialisée 'care' (beauté, optique, sport), la distribution spécialisée 'home' (bricolage, maison, culture) et l'e-commerce.

LES 58 ENTREPRISES OBTENANT LES MEILLEURS SCORES DE SATISFACTION ET DE RECOMMANDATION EN 2020

Assurances

Crédit mutuel
Generali
GMF
Maaf
MACIF
MAIF

Automobile

Audi
BMW
Dacia
Kia
Peugeot
Toyota
Volkswagen

Banques

Boursorama Banque
Crédit Agricole
Crédit Mutuel
ING Direct
LCL Le Crédit Lyonnais

Distribution Care

Decathlon
Etam
Générale d'Optique
Krys
Marionnaud
Nocibé
Yves Rocher

Distribution Home

Apple Store
Boulangier
Cultura
Galeries Lafayette
FNAC
Ikea
JouéClub
Leroy Merlin
Maisons du monde
Micromania
Nature et Découvertes

Énergie

Total Direct Energie
Eni

Grande distribution

Aldi
E. Leclerc
Grand Frais
Intermarché
Lidl
Nespresso
Picard
Système U

Opérateurs de téléphonie

Bouygues Telecom
Free
Orange
SFR Série Red
Sosh

E-commerce

Amazon
Asos
Oscaro.com
Photobox
Showroomprive
Zalando



Sur 170 entreprises étudiées par IPSOS, ces 58 ont obtenu une note de satisfaction et de recommandation supérieures à la moyenne de leur secteur en 2020. Elles étaient qualifiées pour la phase finale du prix Excellence Client.



@PrixExcellence #ExcellenceClient

5ème édition : 170 entreprises étudiées dans 9 secteurs

Pour la cinquième édition, 170 entreprises ont été étudiées. Près d'un tiers (58) a été sélectionné, 25 entreprises se sont ensuite engagées dans le processus complet d'évaluation et 10 d'entre elles ont été lauréates du prix Excellence Client².

² Pour plus de détails : <https://excellenceclient.com/le-prix>



Répartition des entreprises ayant participé au Prix Excellence Client 2021
(Process entre septembre 2020 et février 2021)

2.1.3. Résultats

10 lauréats ont été distingués lors de la remise de prix du 3 mars 2021 : BMW, DECATHLON, ETAM, ING, MAIF, MAISONS DU MONDE, NOCIBÉ, SOSH, TOTAL DIRECT ÉNERGIE et TOYOTA.

Pour rappels, ils étaient également 10 en 2018, 2019 et 2020, et 6 lors de la première édition du prix en 2017.

LAURÉATS PRIX EXCELLENCE CLIENT 2021



Les lauréats du prix Excellence Client 2020

Le tableau ci-dessous détaille le process de sélection réalisés lors des trois dernières éditions :

Année	2018	2019	2020	2021
Etudiées	136	160	139	170
Sélectionnées	53	60	60	58
Interviewées	27	29	26	25
Taux de participation	51%	48%	43%	43%
Lauréats	10	10	10	10
Taux de sélectivité	7%	6%	7%	6%
Licences	5	5	5	5

Trusteam Finance est investi, directement ou indirectement, dans six de ces sociétés :

BMW

Le client est l'affaire de tous

Du haut en bas de l'organisation de l'entreprise, le client est une priorité pour le constructeur allemand. Au Comex, les sujets abordés et les projets présentés font systématiquement l'objet d'une évaluation quant à ses bénéfices clients et cette évaluation prend de plus en plus d'importance dans les décisions finales. En outre, les collaborateurs sont invités chaque trimestre à formuler des propositions d'amélioration du service client devant le Comex. Chacune des propositions sélectionnées est intégrée à la stratégie client. Cette mobilisation de l'ensemble de l'entreprise autour du client est un important facteur de réussite sur un marché automobile très concurrentiel.

« L'année que nous venons de vivre nous a encouragés à accélérer notre transformation vers une personnalisation accrue et une digitalisation plus étendue de nos interactions avec nos clients. Ce prix récompense les capacités de résilience et d'innovation des collaborateurs de BMW Group France et de son réseau de concessionnaires. »

CYRIL JACQUIN – Directeur de Services à la clientèle





ING

Maître-mot : la facilitation

Guidée par sa mission, « Permettre à chacun de garder une longueur d'avance dans sa vie personnelle ou dans son business », ING poursuit une approche originale dans le monde bancaire en portant l'idée que la banque n'est pas une finalité, mais un moyen d'atteindre autre chose. Son rôle est d'être un « facilitateur » et d'aider ses clients à construire et financer leurs projets. Dans son rapport avec ses clients, ING met l'accent sur l'adaptabilité de ses offres à leurs besoins réels, sur la souplesse de la relation client et sur la rapidité et la simplicité des interactions entre le client et la banque. Le critère de la satisfaction client est omniprésent dans l'ensemble des procédures et des dossiers étudiés.

Notre ambition est d'être toujours au plus près des attentes clients et d'y répondre avec réactivité. Pour cela, nous avons renforcé la proximité avec notre communauté de clients et avons orienté toute notre organisation vers l'amélioration de la satisfaction client.

FREDERIC NIEL – Head of Retail Banking



MAISONS DU MONDE

Une logique de l'offre

Maisons du Monde est lauréate du Prix Excellence Client pour la première fois. L'entreprise doit cette récompense à une série d'initiatives en matière de relation client. Elle a notamment choisi d'élargir son offre en créant, en novembre 2020, une marketplace qui accueille des marques partenaires après une sélection exigeante, afin d'offrir plus de choix et plus d'inspiration à ses clients. Maisons du Monde a également mis en place un programme intitulé « Priorité client », au cœur de sa stratégie, et qui prescrit les 10 gestes attendus chez Maisons du Monde dans la relation avec le client. Ce programme fait l'objet d'un important effort de formation dans les magasins.

Si Maisons du Monde est devenue une grande Maison en un peu plus de 20 ans, c'est grâce au talent de nos collaborateurs, animés par l'envie de créer des collections qui ont du style et d'inspirer nos clients. Chacun, quel que soit son métier, ou sa fonction, contribue à l'enchantement des clients... et au développement de l'entreprise.

JULIE WALMBAUM, Directrice Générale





NOCIBÉ

Innovation et proximité

Faire de ses clients des collaborateurs... C'est la philosophie développée par Nocibé, qui fonde largement sa stratégie d'élaboration et de lancement de nouveaux produits et services sur un dialogue constant avec ses clients, notamment au travers de panels de tests et de programmes de fidélité. Nocibé a aussi créé la Beauty Team, qui prodigue des conseils de beauté à distance sur le site Internet de l'entreprise, relayés sur les réseaux sociaux et YouTube. La crise de la Covid-19 a été aussi l'occasion de consolider l'engagement des collaborateurs de l'entreprise auprès des clients de la marque, avec la mise au point de services « click & collect » ou « allo & collect », ou encore la réalisation de programmes « live » depuis les magasins. Par ailleurs, Nocibé investit dans l'intelligence artificielle afin de pouvoir mieux anticiper les comportements et attentes de ses clients.

Notre secret ? Le cercle vertueux de l'expérience client, qui nous amène au quotidien à nous re-challenger. Nous priorisons et concentrons nos actions sur les besoins de nos clients, qui sont au cœur de notre stratégie. Quel que soit son métier, chacun des collaborateurs chez Nocibé doit entendre la voix du client.

PIERRE AOUN, Président-Directeur Général

SOSH

La puissance d'une communauté



Filiale d'Orange, l'opérateur téléphonique Sosh fonde son succès sur l'engagement d'une véritable communauté de clients, fidélisés au travers de plusieurs canaux : un espace d'entraide pour échanger questions et conseils ; une communauté de testeurs qui essaient les nouveaux produits et partagent leurs impressions ; un espace de propositions d'idées nouvelles concernant les offres et les services. En outre, l'entreprise a sélectionné des « Epic Owners », qui viennent soutenir la responsable de l'expérience client sur les différents projets. Enfin, les outils d'enquête à chaud, d'analyse de verbatims et de messaging ont été largement refondus afin d'être encore davantage à l'écoute des attentes et réclamations des clients.

Notre ambition est d'être toujours au plus près des attentes clients et d'y répondre avec réactivité. Pour cela, nous avons renforcé la proximité avec notre communauté de clients et avons orienté toute notre organisation vers l'amélioration de la satisfaction client

DAVID ATLAN, Directeur Sosh

TOYOTA

Un monde d'attentions

L'importance de la relation client dans l'automobile a poussé Toyota à faire évoluer son organisation afin d'être encore plus proche des attentes de ses clients. L'entreprise a ainsi développé le concept du « lead management » : un conseiller suit le client pendant toute la relation, de la vente à l'après-vente. Il est accompagné d'un expert et d'un référent technique, ce qui lui permet d'être en mesure, à tout moment, de répondre aux questions du client, qui bénéficie de la proximité d'une véritable communauté d'experts. Par ailleurs, Toyota a travaillé sur l'identification des étapes clés du parcours client, les « 12 Golden Moments », et a enrichi encore la gamme de services accessibles sur l'espace « Ma Toyota », qui rassemble les clients de Toyota en France.

Pour faire progresser l'image de notre marque, il n'y a pas de levier plus puissant que la satisfaction client. Elle fait partie de la culture d'entreprise de Toyota et passe par la mobilisation de nos collaborateurs et de notre réseau de distribution. Ce Prix est une récompense pour tous ceux qui œuvrent en ce sens chez Toyota.

FRANCK MAROTTE – Président-Directeur Général



Toutes les entreprises qui ont participé sont invitées à la soirée de remise des prix. Celle-ci permet de présenter des bonnes pratiques, de valoriser les collaborateurs des entreprises lauréates et d'échanger de façon informelle sur des pistes d'amélioration.

Après la remise des prix, toutes les entreprises participantes aux entretiens, lauréates ou non, reçoivent un dossier de restitutions contenant des pistes d'améliorations à suivre. Pour environ les trois quart, ce document est complété par une présentation par Trusteam et l'Académie du Service afin de pouvoir répondre aux éventuelles questions.

Pour l'édition 2021, cinq licences pour l'utilisation interne / télé / radio / papier / replay ont été vendues. A titre d'information, le prix catalogue des licences varie de 5 000€ et 25 000€.

Plus de détails sont disponibles sur :

- Internet : <https://excellenceclient.com/>
- Twitter : @PrixExcellence et #ExcellenceClient
- Linked In : <https://www.linkedin.com/company/prix-excellence-client>

2.2. Engagements sur la Stratégie Client des sociétés

Lors de notre process ROC, nous analysons la stratégie client des valeurs. Pour ce faire, nous envoyons un questionnaire aux sociétés, puis nous effectuons une interview des représentants de l'entreprise. Lors de ces échanges avec les entreprises, réalisés à notre initiative, nous partageons notre vision sur l'importance du lien entre satisfaction client et performance extra-financière.

Une fois par an, tous les participants à notre analyse E2 sur la stratégie client reçoivent un feedback avec un benchmark et les bonnes pratiques issues de nos entretiens.

Année	2017	2018	2019	2020	2021
Nb Interviews E2 "Stratégie Client"	98	94	111	27	84
Nb questionnaires E2 "Stratégie Client"	126	98	120	36	94
Nb Demandes envoyées	319	137	167	48	109
Taux de conversion	39%	72%	72%	75%	86%

2.3. Trusteam s'engage: « 100% Net Zero, 0% M »

Le premier semestre 2021 a été marqué par deux évolutions structurantes : d'abord, la structuration de notre politique de prise en compte des risques de durabilité ; ensuite, la classification IMP+ACT de nos fonds suivant le référentiel IMP.

Nous avons fait le choix de ne plus investir dans les secteurs que nous considérons comme le plus à risque, en particulier les énergies fossiles³. Mais dans cette transition vers une société bas carbone, toutes les entreprises vont devoir s'adapter. Ce changement de paradigme concerne l'ensemble des sociétés dans lesquelles nous investissons. Les derniers rapports de l'IEA⁴ en mai et du GIEC en août, ont clairement montré la route à suivre. Agir contre le changement climatique, c'est possible. Le maître mot, c'est le « Net Zéro 2050 »⁵. Selon le rapport du GIEC, « atteindre zéro émissions nettes cumulées de CO2 produites par l'Homme est un impératif pour stabiliser le réchauffement de la température globale ».

S'assurer que les sociétés dans lesquelles nous investissons sont bien en route vers le Net Zéro est une étape cruciale dans notre contribution, en tant qu'investisseur, à la lutte contre le changement climatique. C'est via l'engagement actionnarial que nous sommes, en tant qu'investisseur, un acteur de cette transition. Nous sommes convaincus que le dialogue que nous menons avec les entreprises a

³ <http://www.trusteam.fr/news/actualites/lete-net-zero-pourquoi-trusteam-a-choisi-de-ne-plus-investir-dans-les-energies-fossiles.html>

⁴ <https://www.iea.org/reports/net-zero-by-2050>

⁵ IPCC, 2021, Climate Change 2021: The Physical Science Basis. Contribution of Working Group I to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change

un impact. Dans notre vision, un « gérant d'actifs » se doit au quotidien de connaître les entreprises et de comprendre ce qu'elles font. Pour se faire, il les rencontre, les écoute et les pousse à aller plus loin. Demander le Net Zéro aux entreprises que nous avons en portefeuille est donc une suite logique de notre métier et de notre engagement.

Car pour l'instant, les entreprises ne sont pas au rendez-vous. Au 30 juin 2021, seules 38% des entreprises en portefeuilles détenues dans nos fonds ISR s'étaient déjà engagées pour la neutralité carbone. Ce n'est pas assez et les clients ne sont pas dupes. Comme nous l'a montré notre baromètre Trusteam / L'Obsoco 2021 sur l'engagement des entreprises, plus de 86% des français ne croient pas aux promesses environnementales des entreprises⁶.

Plus largement, lors de la mesure d'impact de nos portefeuilles¹⁰, nous avons constaté qu'à fin 2020, que nous avons encore entre 7% et 17% des actifs de nos fonds ISR qui pouvaient potentiellement avoir un impact négatif. C'est trop ! En tant qu'investisseur responsable, c'est notre rôle d'alerter les entreprises concernées et de les pousser à améliorer leurs pratiques, et ce en particulier afin de minimiser nos risques de durabilité. Là aussi, nous avons le pouvoir d'agir.

C'est pourquoi nous nous sommes engagés en septembre 2021 à demander, avant la fin de l'année 2021, à 100% des entreprises composant nos fonds ISR, de s'engager vers la neutralité carbone d'ici 2050⁷. Nous avons pour objectif d'avoir à la fin de l'année 2022 plus de 90% de nos actifs ISR qui se seront engagés dans cette voie et de réduire la proportion de la catégorie d'impact M (May Cause Harm) à 0%. Un engagement significatif puisque 92% de nos fonds sont ISR.

Au 31/12/2021, l'objectif fixé a été atteint puisque nous avons pris contact avec 77 sociétés afin d'initier un dialogue avec toutes les sociétés de nos fonds labellisés ISR qui n'avaient pas pris d'engagement ou définis d'objectifs reconnus par SBTi⁸. Mais seulement 40% des sociétés en portefeuille ont pris cet engagement Net Zéro.

⁶ Source : Etude Trusteam/L'Obsoco en [accès libre ici](#), édité "[Pour ne pas perdre la relation avec vos clients, engagez-vous !](#)" et [résultats marquants ici](#)

⁷ <http://www.trusteam.fr/news/actualites/contre-le-changement-climatique-le-pouvoir-detre-actif.html>

⁸ <https://sciencebasedtargets.org/>

3. ENGAGEMENTS COLLECTIFS

Trusteam Finance prend également part à des actions d'engagement plus traditionnelles, sur des sujets dont elle n'est pas spécialiste, et s'appuie sur des coalitions d'investisseurs internationaux, par exemple via les PRI, afin de gagner en poids et en expertise.

Les principales actions menées sont les suivantes :

Nom		Thématique	Coordination	Sociétés	Date	Statut
Lead investor						
Climate action 100+	E	Climat	IIGCC / PRI / Ceres	10	2017	En cours
CDP	E	Climat	CDP	46	2018	En cours
Supporting investor						
Acces to medicine Index	S	Santé	ATM Foundation	2	2010	En cours
Anti-Bribery and corruption engagement	G	Corruption	PRI	6	2013	Clos
Acess to nutrition	S	Nutrition	ATN Foundation	3	2014	En cours
Bangladesh Investor Initiative (Rana Plaza)	S	Supply Chain	CERES	17	2014	En Cours
Sustainable Protein Index	E	Biodiversité /	FAIRR	9	2018	En cours
Centrales à Charbon - General Electric	E	Climat	As You Saw	1	2018	En cours
Know the Chain	S	Forced Labor	Business & Human Rights	19	2020	En cours
Meat Sector during COVID-19	S	Supply Chain	ICCR / FAIRR	3	2020	En cours
Share Action	E	Climat	People & Planet	4	2021	En cours
Investor Statement - Signatory						
Deforestation and forest fires in the Amazon	E	Biodiversité /	PRI / CERES		2019	En cours
Coronavirus Response	S	COVID	PRI / ICCR		2020	En cours
Investor Agenda	E	Climat	PRI		2019	En cours
Net Zero for Airline Industry	E	Climat	PRI		2020	En cours
Total				116		

Remarques :

- La colonne « Sociétés » fait référence au nombre de sociétés au sein de ces initiatives où Trusteam Finance a été investi ou le nombre de sociétés dans lesquelles Trusteam Finance a été le porte-parole de la coalition d'investisseur.
- La colonne « Date » fait référence à la date à laquelle Trusteam Finance a rejoint la coalition d'investisseurs

3.1. Lead investor

3.1.1. Climate action 100+⁹

Cette coalition d'investisseur rassemble des investisseurs internationaux représentant près de 65Tr\$ d'actifs sous gestion, soit prêt d'un tiers du total des actifs gérés dans le monde, qui ont pour but de s'assurer que les 100 principaux émetteurs de CO2 mettent en place les actions nécessaires pour lutter contre le changement climatique.

⁹ <http://www.climateaction100.org/>

Si cette initiative est devenue un standard de place, Trusteam y joue un rôle important depuis la création de l'initiative en 2017. Elle est « Lead investor », c'est-à-dire le point de contact privilégié de la coalition, pour deux sociétés françaises. Elle suit également les avancées de 8 autres sociétés en tant que *collaborative investor*.

L'objectif de la coalition est de réussir à ce que les entreprises suivies soient alignées d'ici fin 2022 avec le Net Zéro Climate Action 100+ Benchmark¹⁰. Les principaux axes de progrès pour la saison 2021/2022 sont principalement :

- L'existence d'un plan de transition sur l'alignement avec l'accord de Paris.
- Un lobbying aligné avec l'accord de Paris
- Des comptes financiers alignés avec l'accord de Paris

Les axes de dialogues et d'amélioration sont précis et limités dans le temps. Par exemple, le plan de transition doit inclure l'engagement à être Net Zéro au plus tard en 2050 pour les scopes 1, 2 et 3, des objectifs court, moyen et long terme, l'alignement des Capex... L'ensemble des critères est public et revu par des partenaires externes (TPI, Carbon Tracker, Influence Map) une fois par an.

En ce qui concerne le plan de transition, après plus de 3 ans de dialogue constructif, AIR LIQUIDE avait annoncé en mars 2021 son engagement à devenir neutre en carbone d'ici 2050, notamment au travers 3 actions :

- Atteindre la neutralité carbone d'ici 2050 (scopes 1 et 2) via deux étapes clés : 2025, pour la diminution des émissions en valeur absolue ; 2035, pour leur réduction de 33% par rapport à 2020.
- Permettre d'aider vos clients à décarboner leurs processus industriels, démontrant qu'un modèle économique profitable est compatible avec un monde neutre en carbone.
- Publier des informations complémentaires sur les émissions de scope 3, les émissions évitées par les clients et les ambitions sur l'hydrogène.

Dans ce cadre, et pour aller plus loin, nous avons fait le 4 mai 2021 une déclaration commune avec Federated Hermes. Cette déclaration commune et les questions posées à l'assemblée générale ont été soutenues par 14 investisseurs institutionnel dans le cadre de l'initiative du Climate Action 100+. (<https://www.iigcc.org/resource/investor-statement-at-air-liquide-agm/>)

Pour ce qui est du lobbying, nous suivons avec attention les différents travaux réalisés par l'organisation Influence Map (<https://influencemap.org/>). Ce think tank indépendant analyse comment les entreprises et le monde financier impactent le changement climatique. Leurs analyses permettent de mesurer comment les entreprises et les associations sectorielles auxquelles elles appartiennent, influencent les politiques publiques sur le sujet du changement climatique. Nous suivons particulièrement le secteur automobile sur ces sujets, et plus précisément le rôle et les actions de Toyota en matière environnementale.

Enfin, pour ce qui est de l'alignement des comptes avec les Accords de Paris, nous sommes particulièrement impliqués sur les engagements avec Saint-Gobain, Air Liquide, Renault, Daimler et BMW.

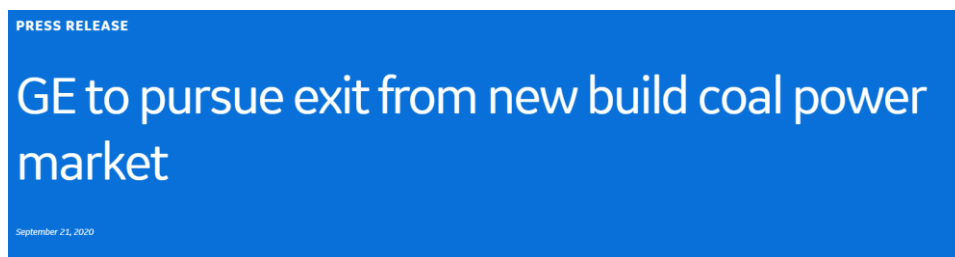
¹⁰ <https://www.climateaction100.org/progress/net-zero-company-benchmark/>

3.2. Supporting investor

Nous soutenons historiquement de nombreuses initiatives qui nous permettent de gagner en compétences et connaissance sur des sujets complexes, tout en signalant aux entreprises l'importance de ces enjeux :

- Acces to medicine Index¹¹ dans la santé
- Access to nutrition Index¹² dans la nutrition
- Bangladesh Investor Initiative (Rana Plaza)¹³ sur la chaîne d'approvisionnement
- Sustainable Protein Index¹⁴ sur la biodiversité et la lutte contre la déforestation
- Know the Chain⁸ sur la chaîne d'approvisionnement de l'industrie électronique et textile, secteurs à risques réputationnel fort au vu des controverses récurrentes.

Notons une belle avancée dans l'engagement avec GENERAL ELECTRIC¹⁵ sur la construction de centrales à Charbon¹⁶ puisque la société a annoncé se désengager du projet controversé et revendre ses activités liées au charbon.



L'année 2020 ayant été particulièrement disruptive, nous avons également rejoint une initiative sur la chaîne approvisionnement dans les abattoirs, où de nombreux foyers de contamination au COVID 19 étaient apparus à la suite de mauvaises conditions de travail. Même si nous ne sommes pas directement investis chez les entreprises controversées, la réputation de distributeurs, clients de cette filière, nous a semblé potentiellement à risque¹⁷.

Enfin, nous avons rejoint l'initiative Share Action⁹ en 2021. Cette organisation rassemble des investisseurs afin de réaliser des engagements collectifs, principalement sectoriels, sur des aspects environnementaux. Nous avons rejoint l'organisation sur le secteur de la chimie et de la banque.

¹¹ <https://accesstomedicineindex.org/overall-ranking/>

¹² <https://www.accesstonutrition.org/>

¹³ <https://www.iccr.org/our-issues/human-rights/protecting-worker-rights-garment-workers>

¹⁴ <http://www.fairr.org>

⁸ <https://knowthechain.org/wp-content/uploads/KnowTheChain-investor-statement.pdf>

¹⁵ <https://www.asyousow.org/letters/joint-letter-to-ge>

¹⁶ <https://www.ge.com/news/press-releases/ge-pursue-exit-new-build-coal-power-market>

¹⁷ <https://www.iccr.org/investors-call-increased-protections-meat-processing-workers-due-covid-19>

3.3. Investor Statement - Signatory

Le dernier type d'engagement auquel nous prenons part consiste à soutenir des déclarations plus formelles, ayant pour but de « signaler » notre intention à soutenir des initiatives responsables, comme :

- Sur la lutte contre la deforestation: Deforestation and forest fires in the Amazon¹⁸
- Investor Agenda¹⁹ : en lien avec le CA100+
- Net Zero for Airline Industry (PRI)

¹⁸ <https://www.unpri.org/sustainability-issues/environmental-social-and-governance-issues/environmental-issues/sustainable-land-use>

¹⁹ <https://theinvestoragenda.org/>

⁹ <https://shareaction.org/>

4. ENGAGEMENTS DE PLACE

4.1. Au sein de l'AFG (Association Française de la Gestion)

Trusteam est membre du Comité Investissement Responsable de l'AFG, représenté par sa directrice générale adjointe, Claire Berthier. Trusteam a en particulier co-présidé, avec Amundi, le groupe de travail sur l'investissement dans les énergies fossiles, qui a donné lieu à la publication d'un guide public, *«Guide sur l'élaboration d'une stratégie énergies fossiles à destination des sociétés de gestion de portefeuille hors charbon et y compris les énergies fossiles non conventionnelles»²⁰*, disponible sur le site de l'AFG, ayant pour but d'aider les sociétés de gestion à prendre conscience des risques liés à l'investissement dans les énergies fossiles.

4.2. Autres organisations

Trusteam est également membre des groupes de travail de Finance For Tomorrow dédiés à la Finance à Impact²¹. Ces travaux regroupent des divers acteurs de la finance : côté, non côté, actifs réels. L'objectif est d'arriver à une définition de Place de la Finance à impact. Plusieurs publications ont été faites dans ce sens en 2021 et de nouveaux sujets seront traités en 2022, toujours sur cette notion d'Impact.

²⁰ <https://www.afg.asso.fr/afg-document/guide-sur-lelaboration-dune-strategie-energies-fossiles-a-destination-des-societes-de-gestion-de-portefeuille-hors-charbon-et-y-compris-les-energies-fossiles-non-conventionnelles/>

²¹ <https://financefortomorrow.com/finance-a-impact/>



5. EXERCICE DES DROITS DE VOTE

Au titre de l'année 2021, Trusteam Finance a mis à jour son suivi de la Politique de vote et a exercé ses droits de vote aux assemblées des sociétés détenues par Trusteam Finance.

La politique de vote complète est disponible sur le site de Trusteam Finance²¹.

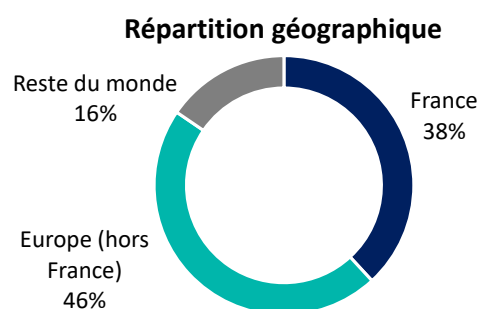
5.1. Périmètre de vote

Trusteam Finance a objectif d'exercer son droit de vote sur toutes les sociétés sur lesquelles elle est investie via ses OPCVM (Trusteam ROC, Trusteam ROC Europe, Trusteam ROC PME, Trusteam OPTIMUM et Trusteam ROC Flex). Trusteam reçoit les notifications de vote de la part de son dépositaire et vote.

Sur 108 sociétés détenues en portefeuille au 31/03/2021, nous avons reçus les ballots de 99 sociétés (vs 96 en 2020, 105 en 2019, 99 en 2018, 96 en 2017 et 43 en 2016) et avons exercé nos droits de vote sur 97 d'entre elles, soit 90% des sociétés détenues (vs 91% en 2020, 94% en 2019, 85% en 2018 et 89% en 2017) qui représentent 93% de l'encours action des fonds Trusteam (vs 96% en 2020, 99% en 2019 et 98% en 2018). Cette légère dégradation s'explique par la situation de confinement qui a perturbé la bonne réception des ballots pour les sociétés françaises, le process n'étant pas totalement électronique (contrairement aux votes sur les sociétés étrangères).

Notre process de vote s'était en effet considérablement simplifié et amélioré grâce la mise en place d'une plateforme de vote électronique en 2017 mais il reste encore 13 sociétés sur lesquelles nous n'avons pas pu voter (vs 9 en 2020, 7 en 2019 et 17 en 2018), 2 pour lesquelles nous n'avons pas répondu dans les délais et 10 dont nous n'avons pas reçu les ballots.

La répartition géographique des sociétés sur lesquelles Trusteam a voté est la suivante :

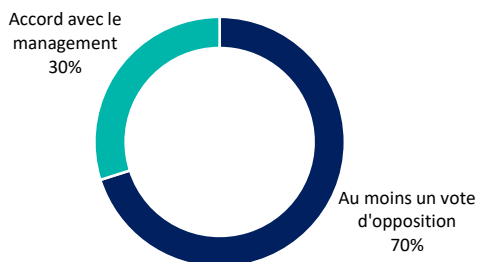


²¹http://www.trusteam.fr/fileadmin/user_upload/Documents_Mentions_legales/Politique_vote_et_engagement_FR.pdf

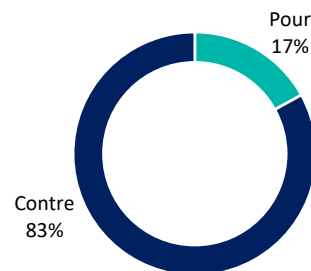
5.2. Application des principes de la politique de vote

Sur les 97 assemblées générales auxquelles Trusteam a participé, 68 (vs 67 en 2020, 65 en 2019, 59 en 2018 et 54 en 2017) ont vu au moins un vote négatif et pour 29 (vs 37 en 2020, 40 en 2019, 40 en 2018 et 42 en 2017), tous les votes ont été en accord avec les recommandations du management. Sur un total de 1779 résolutions votées, Trusteam a voté en faveur des demandes du management 1477 fois et s'y est opposé 302 fois (vs 306 en 2019).

Alignement avec le management (% AG)



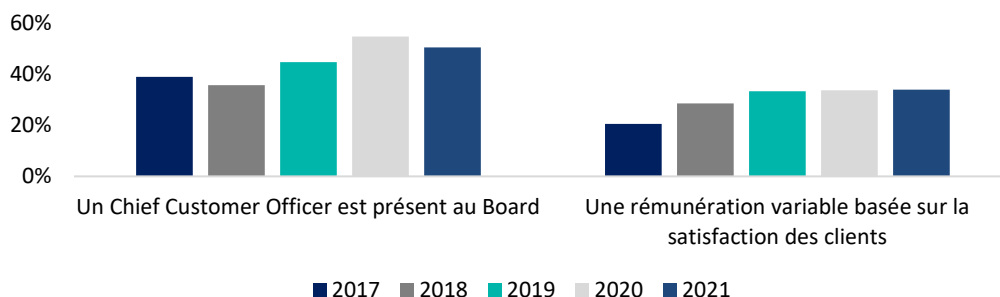
Vote d'opposition (% des résolutions)



Les principales causes des votes d'opposition ont été la rémunération des dirigeants (20%), les augmentations de capital (12%) et la nomination des dirigeants (61%). Ceci est principalement due à l'inclusion de critères ESG dans notre politique de vote, et en particulier à la prise en compte de la satisfaction client dans les rémunérations des dirigeants et de l'existence d'un représentant du client dans les instances dirigeantes.

Pour rappel, notre politique de vote demande à voter contre les résolutions qui ne vont pas dans ce sens, comme illustré dans en annexe dans les tableaux de votes par fonds. 51% des sociétés en portefeuille ont un Chief Customer Officer au Board et 34% ont une rémunération variable liée à la Satisfaction Client. Grâce aux actions d'engagements menées par la Recherche (discussions avec les sociétés) et la Gestion (application de la méthodologie ROC), ces chiffres sont en augmentation par rapport à 2017 puisque ces pourcentages sont en hausse de +4pts et +14pts par rapport à 2017. Nous continuerons à promouvoir ces bonnes pratiques dans notre politique d'engagement en 2021.

% des valeurs où nous avons voté où il existe



5.3. Conflits d'intérêts

Trusteam Finance n'a été confronté à aucun conflit d'intérêts lors de l'exercice de ses droits de vote au cours de l'exercice.

5.4. Mode d'exercice du droit de vote

Trusteam Finance a exercé ses droits de vote par correspondance. Une copie du document d'exercice de droit de vote par correspondance est conservée. Pour 2021, aucun vote n'a été réalisé au sein d'une coalition.



ANNEXE 1 : TABLEAU DE VOTE TRUSTEAM ROC

ROC - VOTES 2021

Entre prise	Région	Satisfaction Client (SC)		Nb total	Nb de vote négatif	Thématique
		Présence d'un CDO au Board	Rémunération variable basée sur la SC			
COSTCO	Reste du Monde	Oui	Non	3	1	Rémunération des dirigeants non SC
ADYEN	Europe (Hors FR)	Non	Oui	12	3	Board et Comex non SC
AMAZON	Reste du Monde	Oui	Oui	23	9	Résolution externe, recommandation du management (bonne gouvernance et bon csat)
APPLE	Reste du Monde	Oui	Non	12	3	Rémunération non SC + résolution actionnaire sur demande de rémunération sur des critères ESG
ASML HOLDING	Europe (Hors FR)	Oui	Oui	17	0	
BIOMERIEUX	France	Oui	Oui	36	0	
CHEWY	Reste du Monde	Non	Non	3	1	Board non SC
CHIPOTLE MEXICAN GRILL	Reste du Monde	Non	Non	4	2	Board, comex & rémunération non SC
COCA-COLA	Reste du Monde	Oui	Non	15	1	Rémunération des dirigeants non SC
DAIMLER	Europe (Hors FR)	Oui	Oui	12	0	
DIERR	Europe (Hors FR)	Non	Non	13	3	Rémunération des dirigeants et Board non SC
FNECOBANK	Europe (Hors FR)	Oui	Oui	14	0	
HERMES	France	Non	Non	27	10	Rémunération, board et comex : non SC
MICROSOFT	Reste du Monde	Non	Oui	20	0	
NETFLIX	Reste du Monde	Oui	Non	9	2	Rémunération non SC ; résolution externe
NIKE	Reste du Monde	Oui	Non	9	1	Rémunération des dirigeants non SC
PAYPAL	Reste du Monde	Oui	Oui	15	2	Résolution externe, recommandation du management (bonne gouvernance et bon csat)
PLASTIC OMNIUM	France	Non	Non	33	13	Rémunération des dirigeants et Board non SC, Augmentation de capital sans DPS, Nomination Board pas SC
SAMSUNG ELECTRONICS	Reste du Monde	Non	Non	8	1	Pas de représentant SC
SCHNEIDER ELECTRIC	France	Oui	Oui	26	1	Augmentation de capital sans DPS supérieur à 10%
SIEMENS HEALTHINEERS	Europe (Hors FR)	Non	Non	23	3	Rémunération des dirigeants et du Board non SC + pas de représentant SC
SOFTWARE	Europe (Hors FR)	Oui	Non	12	2	
STEBICO	Europe (Hors FR)	Non	Non	3	0	
THERMO FISHER	Reste du Monde	Oui	Oui	15	1	Résolution externe, recommandation du management (bonne gouvernance et bon csat)
TOYOTA	Reste du Monde	Non	Oui	11	9	Board non SC
TRACTOR SUPPLY	Reste du Monde	Oui	Non	4	1	Rémunération non SC
WALT DISNEY	Reste du Monde	Oui	Non	13	3	Rémunération non SC + résolution actionnaire lobby et diversité au board (engagement employés)
ZALANDO	Europe (Hors FR)	Oui	Non	13	2	
Total				405	74	
Nombre de sociétés où le droit de vote a été exercé	28	93%	Sur la base des sociétés en portefeuille au 31/12, comprises des sociétés non détenues lors de leur AG auxquelles s'ajoute des sociétés en portefeuille lors de leur AG			
Nombre de CDO	17	61%				
Rémunération SC	11	39%				



ANNEXE 2 : TABLEAU DE VOTE TRUSTEAM ROC EUROPE

ROC EUROPE - VOTE § 2021

Entre prise	Région	Satisfaction Client (SC)		Nb total	Nb de vote négatif	Thématique
		Présence d'un CCO au Board	Rémunération variable basée sur la SC			
ADIDAS AG	Europe (Hors FR)	Oui	Non	13	2	
ADYEN	Europe (Hors FR)	Non	Oui	12	3	Board et Contexte non SC
AENA	Europe (Hors FR)	Non	Non	13	2	
AIR LIQUIDE	France	Oui	Oui	19	0	
AMADEUS	Europe (Hors FR)	Oui	Non	28	4	Rémunération non SC
ASML HOLDING	Europe (Hors FR)	Oui	Oui	17	0	
ATLAS COPCO	Europe (Hors FR)	Oui	Non	36	2	Rémunération des dirigeants et Board non SC
AVANZA	Europe (Hors FR)	Oui	Non	40	8	Rémunération Board et dirigeants pas SC
BIOMERIEUX	France	Oui	Oui	36	0	
BMW	Europe (Hors FR)	Oui	Oui	13	0	
DEUTSCHE TELEKOM	Europe (Hors FR)	Oui	Oui	13	0	
FINECOBANK	Europe (Hors FR)	Oui	Oui	15	0	
GUINNESS	Europe (Hors FR)	Oui	Oui	19	0	
HELLO FRESH	Europe (Hors FR)	Non	Non	15	7	Rémunération et board non SC
HERMES	France	Non	Non	27	10	Rémunération, board et contexte : non SC
ING GROUP	Europe (Hors FR)	Oui	Oui	15	0	
KERRY	Europe (Hors FR)	Peut-être	Peut-être	3	0	
KPN	Europe (Hors FR)	Oui	Oui	12	0	
MARKS AND SPENCER	Europe (Hors FR)	Oui	Non	24	3	Rémunération non SC, limitation des DPS
MICHELIN	France	Oui	Non	17	3	
OCADO	Europe (Hors FR)	Oui	Non	24	3	Rémunération non SC, limitation des DPS
PETS AT HOME	Europe (Hors FR)	Non	Non	19	3	Rémunération et board non SC
PLASTIC OMNIUM	France	Non	Non	33	13	Rémunération des dirigeants et Board non SC, Augmentation de capital sans DPS, Nomination Board pas SC
SAINT-GOBAIN	France	Non	Oui	27	10	Rémunération non SC ; recommandation AMF
SAMSE	France	Non	Non	12	5	
SCHNEIDER ELECTRIC	France	Oui	Oui	26	1	Augmentation de capital sans DPS supérieur à 10%
SHOP APOTHEKE	Europe (Hors FR)	Oui	Oui	18	1	Augmentation de capital sans DPS
SIGNIFY	Europe (Hors FR)	Oui	Non	11	2	Rémunération non SC, limitation des DPS
SVENSKA HANDELSBANKEN	Europe (Hors FR)	Oui	Oui	45	0	2 résolutions supplémentaires pour le 21/10/2021 (dividende exceptionnel)
TECHNOGYM	Europe (Hors FR)	Oui	Oui	12	0	
VESTAS	Europe (Hors FR)	Oui	Non	21	3	Rémunération pas SC
VOLVO	Europe (Hors FR)	Oui	Non	44	2	Rémunération Board et dirigeants pas SC
ZALANDO	Europe (Hors FR)	Oui	Non	13	2	
Total				692	89	
Nombre de sociétés où le droit de vote a été exercé		33	92%	Sur la base des sociétés en portefeuille au 31/12, comprise des sociétés non détenues lors de leur AG auxquelles s'ajoute des sociétés en portefeuille lors de leur AG		
Nombre de CCO		24	73%			
Rémunération SC		15	45%			



ANNEXE 3 : TABLEAU DE VOTE TRUSTEAM ROC PME

PME-VOTES 2021

Entreprise	Région	Satisfaction Client (SC)		Résolutions		
		Présence d'un CCO au Board	Rémunération variable basée sur la SC	Nb total	Nb de vote négatif	Thématique
QWAMPURY	France	Non	Non	15	3	Augmentations de capital sans DPS
LIBERBANK	Europe (Hors FR)	Oui	Oui	10	0	
ESPRINET	Europe (Hors FR)	Oui	Oui	16	0	
ERVOLINO	Europe (Hors FR)	Non	Non	11	2	Nomination et rémunération Board pas SC
PORTOBELLO	Europe (Hors FR)	Non	Non	14	4	Nomination et rémunération Board pas SC
BIOYNEX	France	Non	Non	25	7	Augmentation de capital sans DPS et émission BSA
WASHTEC	Europe (Hors FR)	Non	Non	9	3	
INIT	Europe (Hors FR)	Non	Non	8	2	Rémunération non SC
SAMSE	France	Non	Non	12	5	
HIGH CO	France	Non	Non	15	4	
INFOTEL	France	Non	Non	22	0	
NRJ	France	Non	Non	19	3	Rémunération non SC
ALBOMA	France	Non	Non	23	7	Board, comex & rémunération non SC
AKWEL	France	Non	Oui	22	0	
FNAC DARTY	France	Non	Oui	26	3	Board non SC
KORIAN	France	Oui	Oui	23	4	Board non SC
HEXAOM	France	Non	Non	20	11	Board, comex & rémunération non SC
OS GROUP	France	Non	Non	29	4	Rémunération non SC
SOLOCAL	France	Oui	Non	24	7	Board non SC ; rémunération trop importantes
EUROBIO SCIENTIFIC	France	Non	Non	10	0	
INTEGRAGEN	France	Non	Non	26	3	Board non SC
SPI	France	Oui	Non	25	3	rémunération non SC
ERVOLINO	Europe (Hors FR)	Non	Non	2	0	
UNA SANTE	France	Non	Non	33	12	Rémunération, Board et comex non SC
SOLUTIONS 30	France	Non	Non	13	0	
NH HOTEL	Europe (Hors FR)	Non	Non	24	11	Rémunération, Board et comex non SC
QUADIENT	France	Oui	Non	34	2	Rémunération non SC
PETS AT HOME	Europe (Hors FR)	Non	Non	19	3	Rémunération et board non SC
CARD FACTORY	Europe (Hors FR)	Oui	Non	19	1	Rémunération non SC
WAVESTONE	France	Non	Oui	30	1	Board non SC
BIGBEN	France	Oui	Non	32	4	Rémunération non SC
LDC	France	Non	Non	19	6	
ZCRSI	France	Non	Non	29	10	Rémunération, board & comex non SC ; opérations financières.
Sil	France	Non	Non	19	6	Rémunération, board & comex non SC
LDLC	France	Non	Non	9	0	
CLARANOVA	France	Non	Non	31	18	Rémunération,board & comex non SC ; limitation des DPS
Total				717	149	
Nombre de sociétés où le droit de vote a été exercé						
Nombre de CCO	36	100%	Sur la base des sociétés en portefeuille au 31/12, comprise des sociétés non déléguées lors de leur AG auxquelles s'ajoute des sociétés en portefeuille lors de leur AG			
Rémunération SC	8	22%				
	6	17%				



ANNEXE 4 : TABLEAU DE VOTE TRUSTEAM ROC FLEX

FLEX - VOTE 2021

		Satisfaction Client (SC)		Résolutions		
		Présence d'un CDO au Board	Rémunération variable basée sur la SC	Nb total	Nb de vote négatif	Thématique
Entreprise	Région					
SVENSKA HANDELSBANKEN	Europe (Hors FR)	Oui	Oui	45	0	2 résolutions supplémentaires pour le 21/10/2021 (dividende exceptionnel)
ADYEN	Europe (Hors FR)	Non	Oui	10	2	Board et Comex non SC
AIR LIQUIDE	France	Oui	Oui	19	0	
ASML HOLDING	Europe (Hors FR)	Oui	Oui	17	0	
AVANZA	Europe (Hors FR)	Oui	Non	40	8	Rémunération Board et dirigeants pas SC
BIOMERIEUX	France	Oui	Oui	36	0	
CARREFOUR	France	Non	Oui	30	0	
DEUTSCHE TELEKOM	Europe (Hors FR)	Oui	Oui	13	0	
DUERR	Europe (Hors FR)	Non	Non	13	3	Rémunération des dirigeants et Board non SC.
INGENICO	France	Non	Non	3	0	
KPN	Europe (Hors FR)	Oui	Oui	12	0	
UBERBANK	Europe (Hors FR)	Oui	Oui	10	0	
MARKS AND SPENCER	Europe (Hors FR)	Oui	Non	24	3	Rémunération non SC, limitation des DPS
NH HOTEL	Europe (Hors FR)	Non	Non	24	11	Rémunération, Board et comex non SC
PAYPAL	Reste du Monde	Oui	Oui	15	2	Résolution externe, recommandation du management (bonne gouvernance et bon csat)
PETS AT HOME	Europe (Hors FR)	Non	Non	19	3	Rémunération et board non SC
PLASTIC OMNIUM	France	Non	Non	33	13	Rémunération des dirigeants et Board non SC. Augmentation de capital sans DPS. Nomination Board pas SC
QUADIENT	France	Oui	Non	34	2	Rémunération non SC
SCHNEIDER ELECTRIC	France	Oui	Oui	25	1	Augmentation de capital sans DPS supérieur à 10%.
SHOP APOTHEKE	Europe (Hors FR)	Oui	Oui	18	1	Augmentations de capital sans DPS
SOLUTIONS 30	France	Non	Non	13	0	
TRACTOR SUPPLY	Reste du Monde	Oui	Non	4	1	Rémunération non SC
Total				458	50	
Nombre de sociétés où le droit de vote a été exercé						
	22	96%	Sur la base des sociétés en portefeuille au 31/12, comprises des sociétés non détenues lors de leur AG auxquelles s'ajoutent des sociétés en portefeuille lors de leur AG			
Nombre de CDO						
	14	64%				
Rémunération SC						
	12	55%				



ANNEXE 5 : TABLEAU DE VOTE TRUSTEAM OPTIMUM

OPTIMUM - VOTES 2021

		Satisfaction Client (SC)		Résolutions		
Entreprise	Région	Présence d'un CCO au Board	Rémunération variable basée sur la SC	Nb total	Nb de vote négatif	Thématique
ASR NEDERLAND	Europe (Hors FR)	Non	Oui	10	1	Rémunération non SC
BBVA	Europe (Hors FR)	Oui	Oui	22	0	
BUREAUVERTAS	France	Non	Non	37	11	Rémunération, Board et comex non SC
CARREFOUR	France	Non	Oui	30	0	
DEUTSCHE TELEKOM	Europe (Hors FR)	Oui	Oui	13	0	
ELIS	France	Oui	Non	23	12	
GJENSIDIGE	Europe (Hors FR)	Oui	Oui	19	0	
INDUSTRIALBANKEN	Europe (Hors FR)	Peut-être	Peut-être	2	0	
ING GROUP	Europe (Hors FR)	Oui	Oui	15	0	
INGENICO	France	Non	Non	3	0	
METRO	Europe (Hors FR)	Oui	Oui	9	0	
SAMPO	Europe (Hors FR)	Non	Non	10	3	Rémunération, board et comex non SC
SIEMENS HEALTHINEERS	Europe (Hors FR)	Non	Non	23	3	Rémunération des dirigeants et du Board non SC + pas de représentant SC
SVENSKA HANDELSBANKEN	Europe (Hors FR)	Oui	Oui	45	0	2 résolutions supplémentaires pour le 21/10/2021 (dividende exceptionnel)
UCB	Europe (Hors FR)	Oui	Oui	20	0	
VONOVIA	Europe (Hors FR)	Oui	Oui	8	0	
Total				289	30	
Nombre de sociétés où le droit						
de vote a été exercé	16	76%	Sur la base des sociétés en portefeuille au 31/12, corrigées des sociétés non déléguées lors de leur AG auxquelles s'ajoute des sociétés en portefeuille lors de leur AG			
Nombre de CCO	9	56%				
Rémunération SC	10	63%				



ANNEXE 6 : TABLEAU DE VOTE TRUSTEAM SELECTIVE RECOVERY

T SR - VOTES 2021						
		Satisfaction Client (SC)		Résolutions		
Entre prise	Région	Présence d'un CCO au Board	Rémunération variable basée sur la SC	Nb total	Nb de vote négatif	Thématique
Total				0	0	
Nombre de sociétés où le droit de vote a été exercé	0	N/A	Sur la base des sociétés en portefeuille au 31/12, comprises des sociétés non détenues libre de leur AG auxquelles a ajouté des sociétés en portefeuille libre de leur AG			
Nombre total de sociétés au 31/12	31					
Nombre total de sociétés où pourrait voter	0					
Nombre de CCO	0	N/A				
Rémunération SC	0	N/A				