



JMJ

Libres d'avancer

RAPPORT RSE

2025



FIAT

FIAT
PROFESSIONAL



Jeep



DISTRIGO
PARTS DISTRIBUTION

ÉDITO

Chez JMJ, la performance ne se résume pas aux chiffres. Elle inclut ce que nous apportons à nos collaborateurs, à nos clients, à l'impact que nous avons sur nos territoires et sur l'environnement.

En tant qu'acteur majeur de la mobilité dans la région, nous avons une responsabilité : maîtriser notre impact et contribuer positivement au développement local.

La RSE fait désormais partie intégrante de la stratégie du Groupe. Ce premier rapport marque une étape importante : structurer notre démarche, rendre visibles nos actions et affirmer notre ambition. Nous voulons être un distributeur automobile exemplaire, utile, engagé, et préparer l'avenir de la mobilité avec sérieux et pragmatisme.

Les équipes de JMJ sont pleinement impliquées. Le Comité de Direction donne l'impulsion et chacun de nos 970 collaborateurs a un rôle à jouer. Notre conviction est simple : la satisfaction durable de nos clients dépend de l'épanouissement des équipes, d'un ancrage territorial fort, d'une gouvernance claire et d'une transition environnementale maîtrisée.

Ce rapport présente nos premières réalisations, nos progrès et les chantiers à venir. C'est un point de départ. Nous avançons avec détermination pour assurer la pérennité du groupe JMJ au service d'une mobilité.

Jean-Marc DUBOIS

Président Groupe JMJ



Marc-Antoine DUBOIS

Directeur Général



Emmanuel BOBOT

Directeur Général
Opérationnel



SOMMAIRE

I. Découverte de l'entreprise P. 6

Origine et évolution du groupe	P. 6
Ancrage territorial	P. 8
Chiffres clés	P. 9
Notre ADN	P. 8

II. Déploiement de la stratégie RSE P. 11

Constitution du comité de pilotage	P. 11
------------------------------------	-------

III. JMJ S'engage P. 13

Engagement n°1 : Piloter et maîtriser la performance globale de l'entreprise	P. 13
Engagement n°2 : Offrir une expérience client différente et unique	P. 16
Engagement n°3 : Favoriser l'implication durable et l'épanouissement des collaborateurs	P. 19
Engagement n°4 : Développer un mode de gouvernance plus participatif, responsable et en adéquation avec nos valeurs	P. 23
Engagement n°5 : Renforcer notre engagement territorial	P. 26
Engagement n°6 : Être responsable de notre impact environnemental	P. 29

Bilan & perspectives : Une dynamique engagée pour une performance durable P. 33



I. DÉCOUVERTE DE L'ENTREPRISE

ORIGINE ET ÉVOLUTION DU GROUPE

Depuis sa création en 1958, le groupe JMJ incarne une aventure entrepreneuriale familiale de concessions automobiles, ancrée dans les territoires de Bourgogne-Franche-Comté et du Grand Est. Ce qui n'était à l'origine qu'un garage Panhard ouvert par Marc et Simone Dubois à Villers-le-Lac,

s'est progressivement transformé en un réseau de concessions multi-marques et un acteur régional de référence dans la mobilité automobile. Très tôt, l'entreprise se distingue par sa volonté d'inscrire son développement dans une relation de confiance durable avec ses clients comme avec ses collaborateurs.

NAISSANCE

1958

Simone et Marc DUBOIS ouvrent leur 1er Garage sous le nom Panhard à Villers-Le-Lac

1962

2^{ème}
Agence



MORTEAU

PASSATION

1993

Passation à leurs enfants, Jean-Marc et Jacques DUBOIS

2007

Ouverture
concessions



BESANÇON



CHAMPAGNOLE
LOUHANS

1999

Ouverture
concession



PONTARLIER

2005

Village Automobiles

LONS LE SAUNIER
MONTMOROT

2011

Ouverture
concession



DIJON

2013

Création



DOLE

2015

Ouverture
concession



DS AUTOMOBILES

DIJON

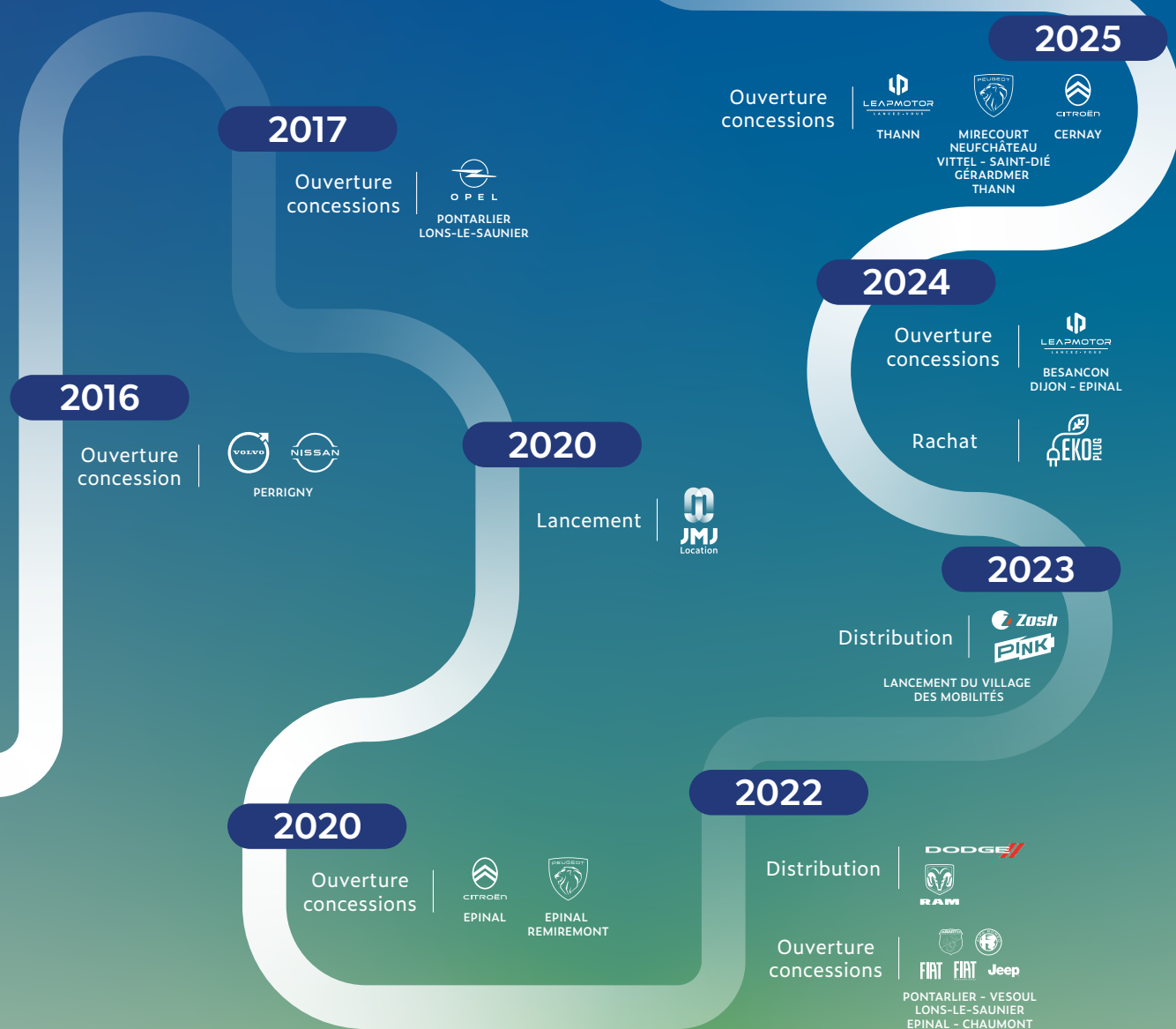
ORIGINE ET ÉVOLUTION DU GROUPE

La passation du groupe en 1993 à Jean-Marc et Jacques Dubois, enfants des fondateurs, donne un nouvel élan à cette dynamique entrepreneuriale. Porté par une vision de long terme et une stratégie d'expansion territoriale maîtrisée, JMJ multiplie les implantations dans le Grand Est et la Bourgogne-Franche-Comté. Dès lors, les années s'enchaînent avec de nombreuses ouvertures de concessions, l'intégration de nouvelles marques (Citroën, Peugeot, DS Automobiles, Opel, Nissan, Fiat, Abarth, Jeep, Volvo, Alfa Romeo, etc.)

et le développement de services innovants. En janvier 2023, une nouvelle étape s'ouvre dans l'histoire de JMJ avec l'arrivée de la troisième génération DUBOIS.

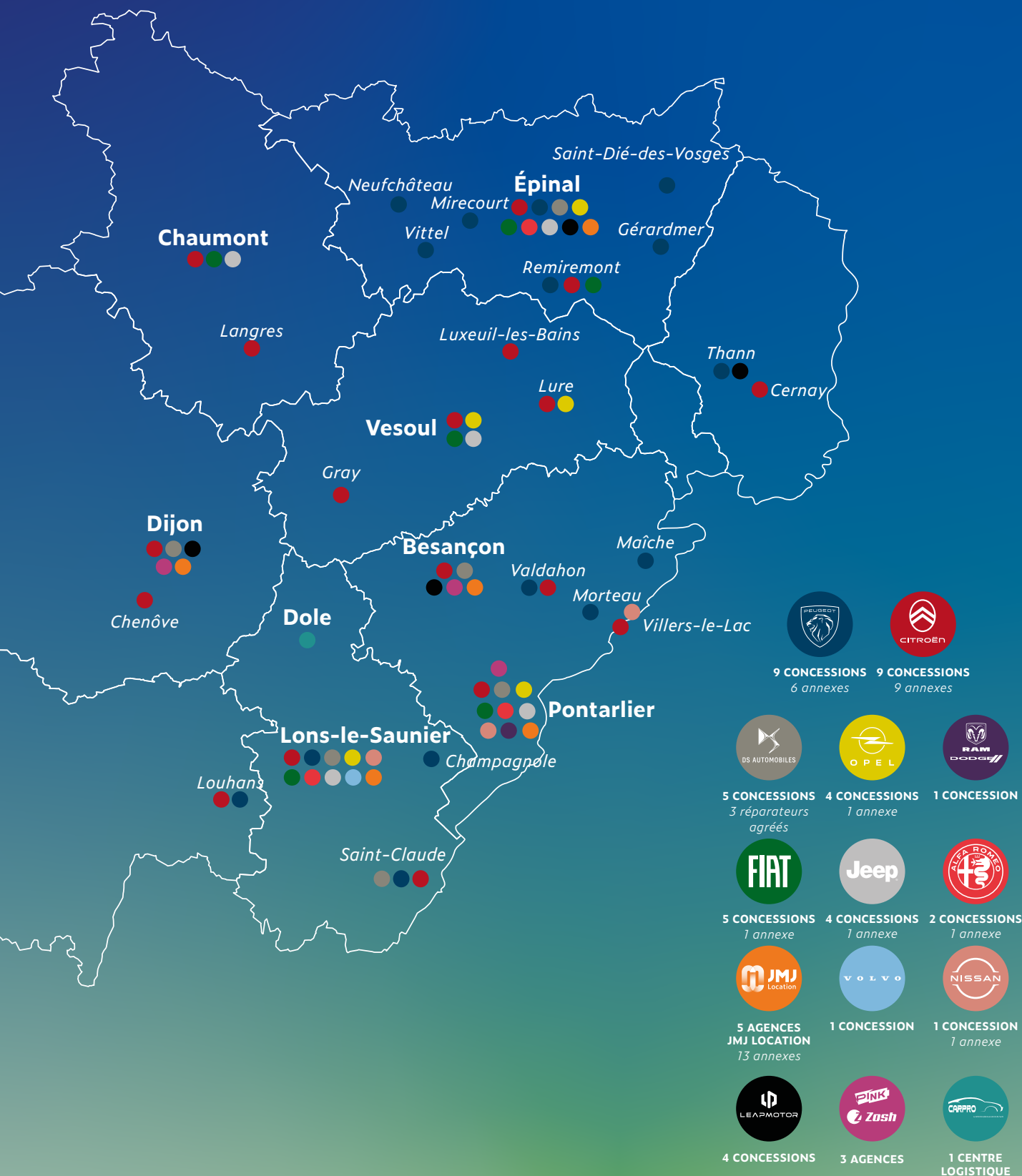
Marc-Antoine intègre le comité de direction et s'implique dans le pilotage et l'orientation stratégique du groupe. Cela marque la volonté du groupe d'assurer une continuité managériale tout en insufflant un regard neuf sur les enjeux contemporains. Faire vivre et prospérer l'héritage entrepreneurial du groupe, et faire du groupe JMJ, un groupe régionale de référence dans le domaine de la mobilité.

À SUIVRE ...



ANCRAGE TERRITORIAL

Depuis sa création, l'entreprise renforce sa présence locale en s'appuyant sur un réseau dense et structuré : à ce jour, le groupe compte plus de 40 concessions et des agences et garages partenaires, répartis sur tout le territoire. Ce maillage territorial fort lui permet de conjuguer réactivité opérationnelle, proximité clients et ancrage dans les bassins d'emploi.



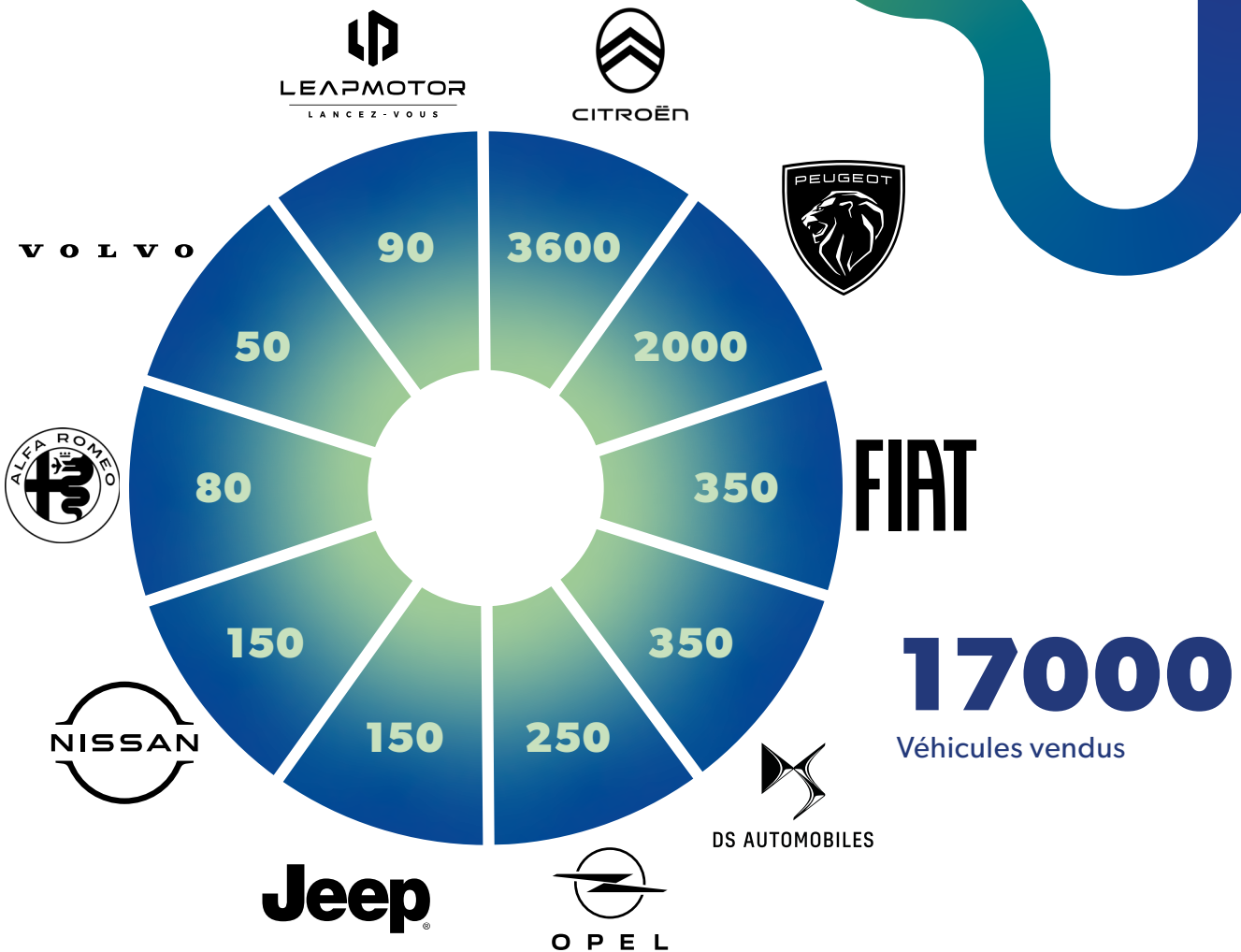
CHIFFRES CLÉS 2025

920

Collaborateurs

410 Millions €

de Chiffre d'affaires
prévisionnel 2025



En tant qu'acteur de la mobilité, le groupe s'est diversifié en développant des services qui contribuent à couvrir une plus large gamme de besoins : JMJ Location, CARPRO (logistique), Ekoplug (borne de recharge électrique), la mobilité douce (Pink, Zosh, Ami...). L'ouverture de Villages des Mobilités permet aussi de proposer un ensemble de solutions et une offre de marques complémentaires dans un même endroit.

NOTRE ADN

EXIGENCE

.....

Rigueur/Process
Exemplarité
Positivité

PROXIMITÉ

.....

Avec nos clients
Accessibilité des managers
Partenaire des organismes
de formation et de l'emploi
Acteur de son territoire

ENTHOUSIASME

.....

Implication
Sens de l'accueil et du
service
Convivialité
Ouverture d'esprit

AGILITÉ

.....

Ouvert sur les enjeux de
demain
Digitalisation et innovation
Multimarque et multi
activités
Nouvelles mobilités
Formation continue

RESPONSABILITÉ

.....

Acteur historique et
économique local
Qualité du travail
Réseau de fournisseurs
locaux
Engagement
environnemental

II. DÉPLOIEMENT DE LA STRATÉGIE RSE

CONSTITUTION DU COMITÉ DE PILOTAGE (COPIL)

COMMISSION 1



Fabrice FANTAUZZI
Directeur Financier et
Informatique



Pascaline MINA
Directrice Comptabilité &
Gestion

COMMISSION 2



Florian ROUSSEL-GALLE
Responsable Expérience
client

COMMISSION 3



Nadège DELACOUR
Responsable Ressources
Humaines

COMMISSION 4



Emmanuel BOBOT
Directeur Général
Opérationnel



Marc-Antoine DUBOIS
Direction

COMMISSION 5



Aline MARTIN
Directrice Ressources
Humaines

COMMISSION 6



Maxime POIROT
Coordinateur APV

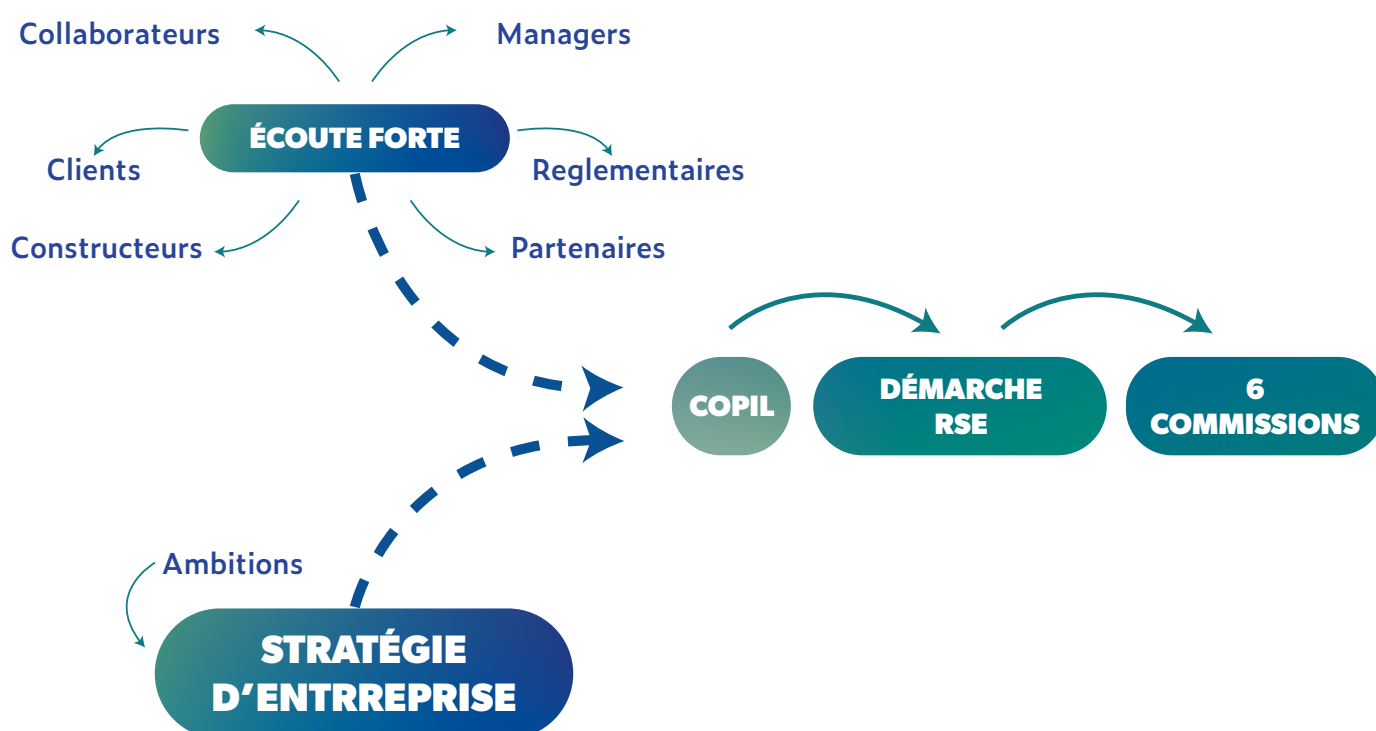


Eloi SECONDA
Responsable des activités
pneumatiques & Jantespro

Nous pensons essentiel que la direction s'investisse dans la démarche pour donner la légitimité, l'impulsion, la force à la démarche. Nous avons aussi besoin que des décisions soient prises, des moyens et des budgets soient alloués.

CONSTITUTION DU COPIL

Dans cette dynamique, le Groupe JMJ a construit et validé un tableau de bord plus large, croisant les enjeux RSE majeurs pour ses parties prenantes avec ceux ayant un impact significatif sur sa performance. Ce travail, réalisé en lien étroit avec les membres du COPIL et les directions opérationnelles, a permis de formaliser les priorités de la feuille de route RSE dans une logique structurée, lisible et partagée.



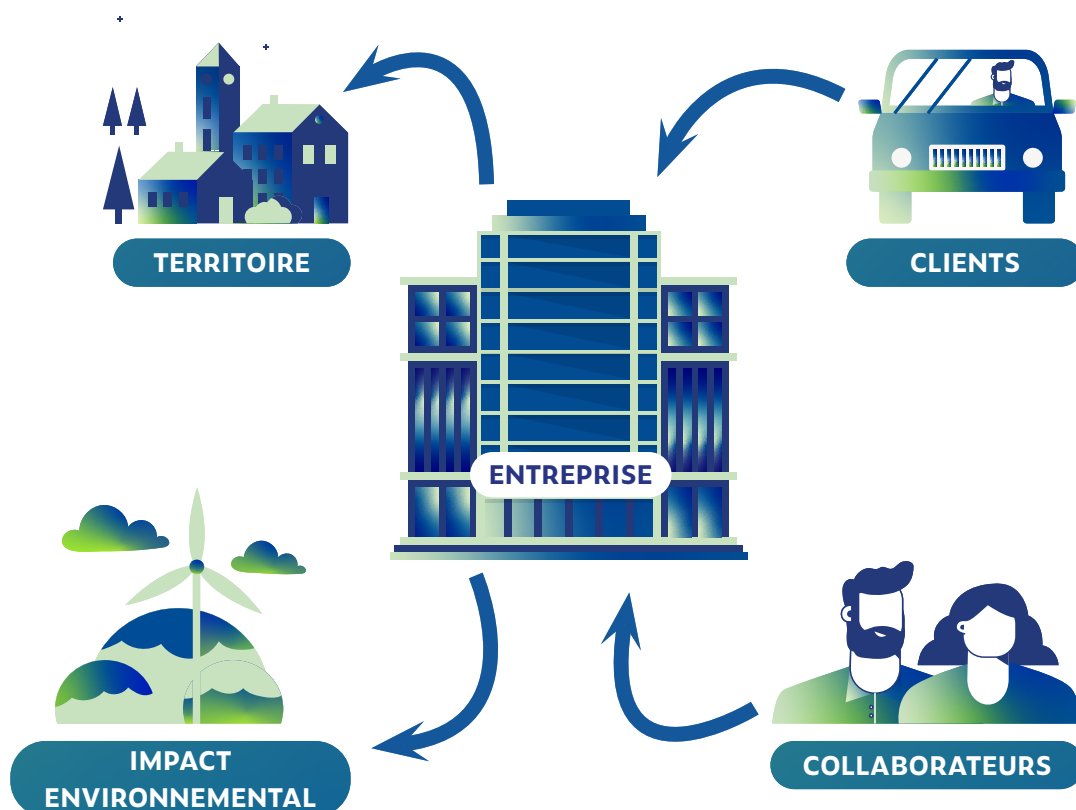
Jérôme Chimène

Accompagnateur RSE et président de FQP-BFC

J'ai le plaisir d'accompagner le groupe JMJ dans la mise en place de sa stratégie RSE. J'ai pu découvrir un groupe dont les valeurs humaines sont fortes et la volonté d'ancrer la démarche dans le temps long, d'impliquer tous les collaborateurs. Réfléchir à son impact environnemental et sociétal est une condition de la performance globale et le groupe l'a bien compris.

III. JMJ S'ENGAGE

ENGAGEMENT N°1 : PILOTER ET MAÎTRISER LA PERFORMANCE GLOBALE DE L'ENTREPRISE



Fabrice FANTAUZZI
Commission 1

La pérennité de l'entreprise repose sur une solidité financière et une gestion précise de son Besoin de Fond de Roulement. Le volet économique est indispensable dans une démarche RSE. Et les autres commissions doivent contribuer à renforcer la performance globale de l'entreprise.

PILOTER ET MAÎTRISER LA PERFORMANCE GLOBALE DE L'ENTREPRISE

UNE VISION INTÉGRÉE DE LA PERFORMANCE

Au sein du groupe JMJ, nous défendons une conviction forte : la performance économique et la responsabilité sociétale ne sont pas antagonistes, mais profondément complémentaires. Notre stratégie RSE n'est pas pensée comme un supplément d'âme, mais comme un pilier structurant de notre développement global. Elle irrigue nos choix, nos actions et nos ambitions à long terme.

À travers cette vision intégrée, nous cherchons à construire un modèle d'entreprise qui conjugue impact positif et efficacité opérationnelle, croissance durable et gouvernance exigeante. Cet engagement n°1 incarne pleinement cette philosophie : il vise à articuler l'ensemble des démarches RSE autour d'un objectif commun de performance globale.

UNE GESTION DU BFR ALIGNÉE SUR LES ENJEUX OPÉRATIONNELS

La Gestion du BFR est inhérente à la performance globale d'une entreprise et d'un groupe.

Nous avons mis en place des indicateurs avec des alertes sur les stocks, les créances, les flux financiers et des rituels de pilotage afin d'optimiser le niveau du BFR pour assurer à la fois un service client de qualité (disponibilité des stocks, et des pièces, délais de livraison optimisés, et délais de paiement ou formules de financement personnalisées) et une maîtrise des frais financiers liés à l'immobilisation des capitaux.

Cette gestion financière rigoureuse, exigeante, détaillée, contribue à la performance globale de l'entreprise.




PILOTER ET MAÎTRISER LA PERFORMANCE GLOBALE DE L'ENTREPRISE



Performance économique & Commerciale

	RÉSULTAT	Δ	COMMENTAIRE
CA total prévisionnel 2025 (M€)	410	=	CA en baisse compensé par une augmentation du périmètre
Volume VN	7.000	-9%	Bonne performance commerciale dans un marché en baisse
Volume VOP	5.700	0%	Bonne performance commerciale dans un marché en baisse
CA APV (M€)	77	+9%	Bonne dynamique portée par des opérations de modernisation
Taux financement global	81.5%	+2pts	Amélioration sur le neuf, baisse sur l'occasion
CA PR (M€)	109	+12%	Bonne dynamique
Créances APV >6mois (k€)	339	-28%	Très beau travail des équipes sur les créances

 Conforme / Satisfaisant

 En amélioration

 Non conforme / à corriger

ENGAGEMENT N° 2 : OFFRIR UNE EXPÉRIENCE CLIENT DIFFÉRENTE ET UNIQUE

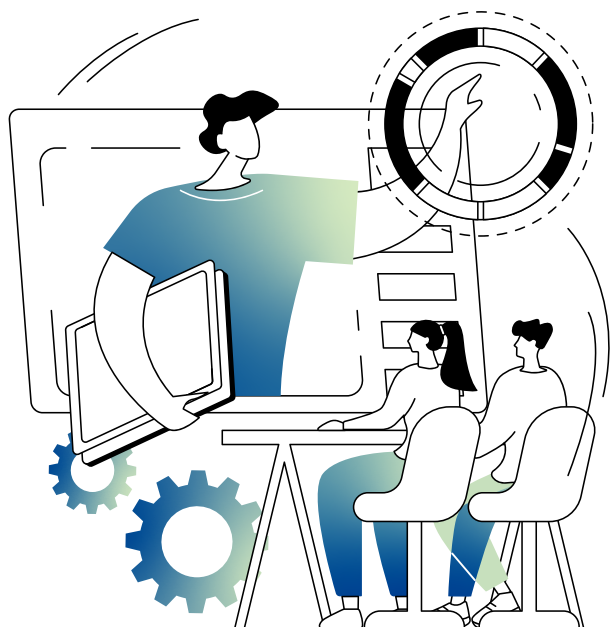
Le client est au cœur de l'entreprise depuis toujours. Depuis le début, la satisfaction de nos clients, la recherche de solutions de mobilité adaptées et personnalisées est la préoccupation principale du groupe. Encore aujourd'hui, nous travaillons pour créer une différence, une expérience différente.



Florian ROUSSEL-GALLE
Commission 2

UNE EXPÉRIENCE CLIENT AU CŒUR DE NOTRE STRATÉGIE ET DE NOTRE IDENTITÉ

Dans un secteur automobile en pleine mutation, où les attentes des clients évoluent rapidement vers davantage de transparence, de personnalisation et de réactivité, le groupe JMJ fait le choix d'une stratégie centrée sur l'humain, l'écoute active et l'innovation servicielle. Plus qu'un simple canal de vente, la relation client constitue pour nous un levier stratégique différenciateur, garant de fidélisation, de recommandation et de performance durable.



Notre ancrage territorial fort avec plus de 40 concessions réparties dans les régions Bourgogne-Franche-Comté et Grand Est et plus d'une centaine de garages affiliés partenaires, nous permet d'apporter une solution adaptée personnalisée à nos clients sur nos territoires le plus rapidement possible.

TROIS PILIERS AU SERVICE D'UNE EXPÉRIENCE DIFFÉRENCIANTE

PROXIMITÉ GÉOGRAPHIQUE



SATISFACTION CLIENT

40 991
ENQUÊTES DE SATISFACTION

90.8%
DE CLIENTS SATISFAITS

CONNAISSANCE FORTE DE NOS CLIENTS

65 ANS
DE PRÉSENCE SUR LE TERRITOIRE

OFFRIR UNE EXPÉRIENCE CLIENT DIFFÉRENTE ET UNIQUE

CE QUE NOUS AVONS DÉJÀ MIS EN PLACE

- Les équipes ont été formées à la gestion de la relation, notamment sur la communication, l'écoute et la gestion des émotions et la résolution des conflits
- Des outils et des processus ont été déployés afin de fluidifier le travail et la collaboration :
 - Des outils de travail à distance pour accompagner les équipes en mobilité
 - Des outils de messagerie favorisant les échanges
 - Des dispositifs d'accompagnement à l'appropriation des standards de service
 - Des outils permettant de qualifier les demandes clients et de renforcer la réactivité du call center
- Développement d'une offre globale et électrique intégrant **l'installation** et la fourniture de **bornes de recharge**.
- Les verbatim clients sont analysés dans le cadre d'une démarche d'amélioration

continue, dans l'objectif d'améliorer la qualité de service et la satisfaction client

- Des routines managériales sont en place afin d'adapter les pratiques collectives et de sécuriser le processus
- Une offre globale dédiée à la mobilité électrique a été développée, intégrant l'installation et la fourniture de bornes de recharge, afin d'accompagner les clients dans leur transition vers des solutions plus durables



Mesure de la qualité du service client

	RÉSULTAT	OBJECTIF	COMMENTAIRE
NPS*** VN	95%	93	
NPS*** APV	90.5%	90	Inférieur à l'objectif. Impact des campagnes de rappel
E réputation	4.3	4.6	Objectif 4.6
Courtoisie et amabilité	95.5	95	

*** Note générale de Satisfaction Client

- Conforme / Satisfaisant
- En amélioration
- Non conforme / à corriger

ENGAGEMENT N° 3 : FAVORISER L'IMPLICATION DURABLE ET L'ÉPANOUISSEMENT DES COLLABORATEURS



Nadège DELACOUR
Commission 3

Animés par nos valeurs, nous inscrivons naturellement notre politique RH dans une démarche RSE ambitieuse. Cette démarche reflète notre volonté d'agir en proximité, en agilité et responsabilité avec nos collaborateurs tout en cultivant chaque jour l'enthousiasme qui fait la force de notre groupe.

UNE CULTURE D'ENTREPRISE FONDÉE SUR LA PROXIMITÉ ET LA COHÉSION/SOLIDARITÉ

La culture du groupe JMJ, construite progressivement, repose sur des valeurs clés de **proximité et de cohésion**, préservées malgré la croissance du groupe.

L'entreprise reste implantée dans un **périmètre restreint** autour de Besançon pour faciliter la présence régulière sur chaque site.

UNE DIRECTION ET DES SERVICES SUPPORTS TOUT TERRAIN ET À L'ÉCOUTE

La direction et les services supports sont **accessibles** et proches du terrain, avec des visites régulières pour maintenir le dialogue. Le service RH se rend mensuellement sur chaque site pour accompagner collaborateurs et managers. Les services transverses combinent **expertise technique** et **soutien humain**.

UNE COMMUNICATION RÉGULIÈRE POUR MAINTENIR LES LIENS

Une communication interne structurée permet de partager actualités, initiatives locales et témoignages. **11 Newsletters mensuelles** et **2 Hors-Série** ont été distribuées aux collaborateurs !



FAVORISER L'IMPLICATION DURABLE ET L'ÉPANOUISSEMENT DES COLLABORATEURS

VIVE LA COHÉSION !

Des **formations** inter-entreprises favorisent l'échange d'expériences et les compétences collectives. Chaque site organise des **moments conviviaux**, et une journée annuelle rassemble l'ensemble du groupe et leurs familles.

UNE CULTURE D'ENTREPRISE FONDÉE SUR L'EXIGENCE

Face aux évolutions rapides, les collaborateurs sont formés en continu. L'intégration est personnalisée, avec **accueil dédié** et supports adaptés. Un large catalogue de **formations** est proposé, **évalué** systématiquement, et une évaluation approfondie est prévue en 2026.

UNE CULTURE D'ENTREPRISE FONDÉE SUR L'AGILITÉ

La politique RH s'adapte rapidement aux évolutions sociétales, réglementaires et clients. Les compétences sont continuellement alignées sur les enjeux stratégiques. Les parcours professionnels sont construits grâce aux **entretiens individuels** et aux « People Reviews », permettant

TOUS DANS LA MÊME DIRECTION

Deux conventions cadres annuelles permettent de rassembler les équipes de directions et les managers afin de partager les orientations stratégiques décidées par la direction, valoriser les bonnes pratiques et renforcer la cohésion managériale.

mobilité interne, formations adaptées et aménagements de travail. De nombreuses évolutions professionnelles sont proposées chaque année.

UNE CULTURE D'ENTREPRISE FONDÉE SUR LA RESPONSABILITÉ

JMJ garantit la qualité de vie au travail de ses collaborateurs à travers une démarche structurée et continue. Une première enquête QVT a permis d'établir un niveau de satisfaction de 7,47/10. Une seconde enquête a ensuite été menée afin de mesurer l'évolution de la satisfaction des collaborateurs et d'inscrire cette démarche dans un suivi régulier.

UNE CULTURE D'ENTREPRISE FONDÉE SUR L'ENTHOUSIASME

Le groupe favorise l'épanouissement en plaçant **l'humain au centre**, en encourageant la formation continue, le dialogue et la **collaboration**. Il promeut un environnement de travail sain et propose une gestion individualisée des parcours, en **adaptant les postes** aux compétences et aspirations.



FAVORISER L'IMPLICATION DURABLE ET L'ÉPANOUISSEMENT DES COLLABORATEURS

Ressources humaines

	RÉSULTAT	OBJECTIF	COMMENTAIRE
Nombre de collaborateurs	920		
Turnover	25%		Inférieur à la profession, faible sur l'encadrement
% Collaborateurs formés	56%		Importance de la formation Chez JMJ
Taux de Fidélisation + 5 ans	39%		En amélioration permanente
Taux de CDI	98%		Une grande majorité de CDI et des contrats de qualification
% RQTH	2.7%		En augmentation par rapport à n-1



Conforme / Satisfaisant



En amélioration



Non conforme / à corriger

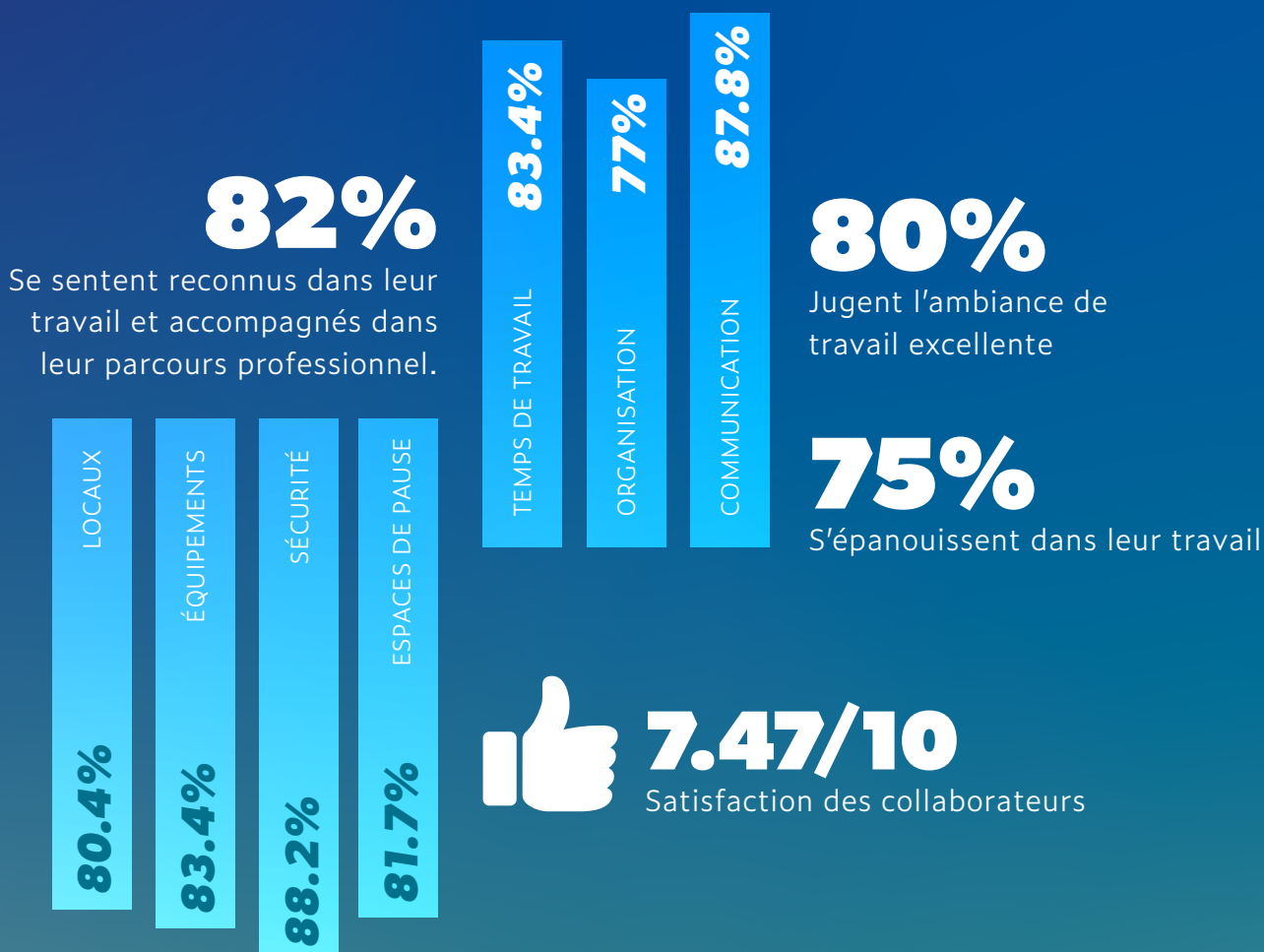
PERSPECTIVES ET ACTIONS EN COURS

L'année à venir verra la consolidation de notre politique sociale autour de plusieurs priorités opérationnelles, portées par la Commission "Favoriser l'engagement des collaborateurs" :

- Évaluation plus poussée de l'efficacité des formations (taux de satisfaction, mise en pratique, impacts mesurés)
- Suivi et ajustement de l'expérimentation de la semaine de 4,5 jours, avec possible extension à d'autres sites
- Renforcement de la communication interne RH via de nouveaux formats (communication télévisée interne en réflexion)
- Évaluation de l'impact réel des événements de cohésion sur l'engagement et la motivation
- Structuration du suivi RH collaborateur (pilotage centralisé des entretiens, indicateurs de satisfaction interne, retours anonymisés).

QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL (QVT) ET CONDITIONS DE TRAVAIL

Une enquête QVT a été menée auprès des collaborateurs. Elle a permis d'identifier plusieurs leviers d'amélioration, et des actions correctives sont actuellement en cours. Celle-ci portait sur quatre dimensions clés : la qualité du management et l'organisation du temps de travail, la qualité de l'emploi et les perspectives d'évolution, les conditions de travail et le climat social.



UNE DYNAMIQUE CONTINUE

Ces résultats, supérieurs aux moyennes nationales, témoignent de la solidité du climat social et de l'engagement collectif au sein du groupe. Les conclusions ont été partagées en CSE, puis relayées auprès des directeurs et managers. Un suivi sera assuré, avec de nouvelles actions mises en place dès 2026 pour consolider les points forts et progresser encore sur les sujets identifiés.

ENGAGEMENT N°4 : DÉVELOPPER UN MODE DE GOUVERNANCE PLUS PARTICIPATIF, RESPONSABLE ET EN ADÉQUATION AVEC NOS VALEURS



Emmanuel BOBOT
Commission 4

La gouvernance doit être participative mais elle doit aussi savoir prendre des décisions, rapides et claires. Les rituels managériaux permettent de fournir des repères, de donner un cadre, de ne rien oublier. L'information doit être partagée, transparente et le cap bien défini pour que chacun sache où nous en sommes et où nous allons !

UNE GOUVERNANCE COLLÉGIALE, TRANSVERSALE ET ANCRÉE DANS LES RÉALITÉS DU TERRAIN

Le fonctionnement de notre Comité Exécutif (COMEX) reflète cette vision. Il opère sur un modèle collégial, dans lequel les grandes orientations stratégiques du groupe sont discutées de manière ouverte, entre les directions opérationnelles, les fonctions support et les dirigeants de site. Cette approche de co-responsabilité permet une **prise de décision** mieux ancrée dans la réalité terrain, plus efficace à mettre en œuvre, et porteuse de sens pour les équipes.

DES RITUELS MANAGÉRIAUX STRUCTURANTS POUR FAIRE VIVRE LE COLLECTIF

Afin d'assurer une cohérence managériale sur l'ensemble du réseau, des **rituels collectifs** ont été déployés dans les différentes entités du groupe. Ces rituels rythment la vie de l'entreprise, facilitent la **circulation de l'information**, et renforcent l'alignement stratégique des équipes.

Des moments **d'échanges** entre les managers et les collaborateurs réguliers et **transparents** permettent de mettre en place un processus d'amélioration continue, de résoudre des problèmes, **d'optimiser** nos performances globales de manière collective.



DÉVELOPPER UN MODE DE GOUVERNANCE PLUS PARTICIPATIF, RESPONSABLE ET EN ADÉQUATION AVEC NOS VALEURS

UNE GOUVERNANCE RESPONSABLE, TOURNÉE VERS L'ÉTHIQUE, LA PROTECTION DES DONNÉES ET LA RSE

Notre gouvernance intègre également une dimension de responsabilité éthique et numérique. Cette exigence se matérialise notamment à travers **trois engagements structurants** :

DÉFINITION CLAIRE DE LA STRATÉGIE, DES VALEURS ET DE LA RAISON D'ÊTRE DU GROUPE

Partagée auprès de tous les collaborateurs via les supports d'intégration, les newsletters internes et les réunions collectives.

MISE EN ŒUVRE D'UNE POLITIQUE RGPD RIGOUREUSE

Pilotée par un Délégué à la Protection des Données (DPO), assurant la conformité du traitement des données personnelles, et intégrée aux formations internes.

PILOTAGE PARTICIPATIF DE LA STRATÉGIE RSE

Incarné par un Comité de Pilotage RSE (COPIL) constitué de plus de 30 collaborateurs issus de toutes les régions et métiers, répartis au sein de 6 commissions thématiques. Chaque commission est animée par un référent volontaire, garantissant une réelle représentativité du terrain et une mobilisation efficace autour des priorités sociétales du groupe.

Ce fonctionnement permet à la gouvernance de jouer un rôle central dans la transformation durable de l'entreprise, tout en valorisant les compétences collectives et l'engagement volontaire.

DÉVELOPPER UN MODE DE GOUVERNANCE PLUS PARTICIPATIF, RESPONSABLE ET EN ADÉQUATION AVEC NOS VALEURS

RSE & Communication

	RÉSULTAT	OBJECTIF	COMMENTAIRE
Communication interne	ok		Installation d'écrans pour une meilleure diffusion de l'information en interne.
Application et respect RGPD	en cours		Sécurisation de notre gestion des données et de notre communication client
Groupe de travail/Commissions RSE	6		Commissions RSE / Pilotes Projets
Nombre de collabs impliqués dans les missions RSE	35		



Conforme / Satisfaisant



Actions en cours



Non conforme / à corriger



ENGAGEMENT N° 5 : RENFORCER NOTRE ANCRAGE TERRITORIAL



Aline MARTIN
Commission 5

Notre implantation au cœur des territoires fait partie intégrante de notre identité. Nos points de vente à taille humaine nous permettent de rester proches de nos clients et des réalités locales.

Nous attachons une grande importance aux partenariats locaux : nous privilégions les entreprises locales, participons aux clubs affaires, soutenons les clubs sportifs et les associations et travaillons en lien étroit avec les acteurs de l'emploi et de la formation.

Nous sommes des commerçants de proximité, nous contribuons à la vitalité économique et sociale des communautés dans lesquelles nous évoluons.

Notre activité est non délocalisable, notre engagement territorial repose sur **2 piliers structurants** : Être un soutien actif de la vie locale (associations, clubs, mécénat culturel...) et un partenaire impliqué dans la formation et l'emploi au cœur des territoires.

NOS ACTIONS :

- **Réaliser un état des lieux** de toutes les initiatives locales sur l'ensemble de nos points de vente et les regrouper en un tableau de bord pour mieux piloter nos actions en conscience :

PRÈS DE 90 PARTENAIRES ACTIFS EN 2025	NOMBRE DE PARTENARIATS
Sponsoring sportifs	31
Participation à des réseaux B to B	17
Partenariats avec les réseaux emploi-formation	14
Partenariats actifs école-entreprise	8
Foires/Expositions/Évènements commerciaux	8
Actions Sociales	6
Sponsorings culturels et associatifs	5
TOTAL DE NOS ACTIONS SUR L'ENSEMBLE DES PDV	89

RENFORCER NOTRE ENGAGEMENT TERRITORIAL

- **Partager nos bonnes idées / actions** : notre tableau de bord est accessible à toutes les directions de points de vente pour que les actions des uns inspirent celles des autres !
- **Former nos jeunes et parier sur l'avenir** : miser sur l'alternance, accueillir de nouveaux salariés en reconversion professionnelle et accompagner nos collaborateurs dans leur changement de métier ou de lieu de vie.

Engagement Territorial

	RÉSULTAT	OBJECTIF	COMMENTAIRE
Nombre sponsoring/Mécénat (vol et €)	140K		+ de 55 projets soutenus sur le territoire
Nombre de partenariats locaux	89		Présence régionale forte
Nombre d'apprentis	110/12%		Politique d'apprentissage soutenue
Reconversions professionnelles réussies	10		
Mutations intra-groupe	8		



Conforme / Satisfaisant

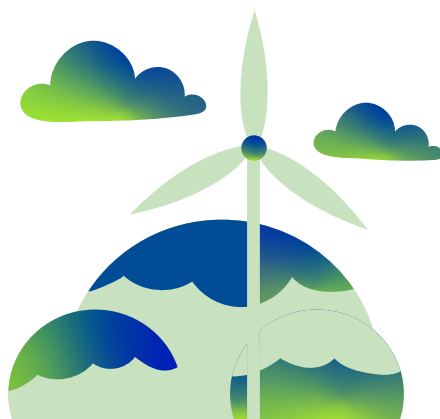


En amélioration



Non conforme / à corriger

Nos partenaires comme nos collaborateurs sont aussi nos clients :
pour eux, nous nous engageons depuis toujours à jouer pleinement notre rôle de professionnel de la mobilité et d'acteur économique & social local, afin de permettre à chacun d'avancer plus librement !



RENFORCER NOTRE ENGAGEMENT TERRITORIAL C'EST...

SOUTENIR CONCRÈTEMENT LA VIE ASSOCIATIVE, ÉCONOMIQUE ET SOCIALE.

Chaque année, les concessions JMJ s'engagent aux côtés de nombreuses initiatives locales, qui participent directement à la cohésion des territoires et à l'attractivité régionale. À ce jour, nous avons identifié plusieurs axes d'engagement prioritaire



CLUBS D'AFFAIRES, SPORT ET RÉSEAUX ÉCONOMIQUES

Sponsoring de clubs de football, de handball, et de sportifs de haut niveau issus des territoires, ainsi que soutien à des événements inter-entreprises promouvant la pratique sportive locale.



ÉDUCATION ET INSERTION PROFESSIONNELLE

Coopération avec l'ensemble des partenaires de la formation (CFA, lycées, Mobipolis...), de l'emploi et de l'insertion pour promouvoir nos métiers, accompagner les reconversions professionnelles et faciliter l'accès des jeunes à l'apprentissage.



ENGAGEMENT N° 6 : ÊTRE RESPONSABLE DE NOTRE IMPACT ENVIRONNEMENTAL



Eloi SECONDA
Commission 6

Nous avons une responsabilité environnementale. Nous avons à cœur de réduire notre impact énergétique en limitant nos consommations, en triant et en recyclant nos déchets. Assurer la mobilité de nos clients est une grande responsabilité. Nous devons également œuvrer à rendre cette mobilité la plus durable et la plus soutenable possible.

UNE DÉMARCHÉ PRAGMATIQUE, PROGRESSIVE ET SINCÈRE

JMJ inscrit sa transition environnementale dans une approche réaliste, opérationnelle et sans greenwashing.

Objectif : réduire l'impact global, structurer une culture interne de l'éco-responsabilité et piloter les progrès sur la base d'indicateurs fiables.

Les actions avancent pas à pas, en impliquant l'ensemble des équipes et en capitalisant sur les pratiques déjà maîtrisées (tri, réduction des consommations, mobilité durable).

MOBILITÉ & DÉCARBONATION : UN LEVIER PRIORITAIRE

Le cœur d'activité du groupe fait de la mobilité un gisement majeur de réduction des émissions.

Évolutions déjà engagées

- Électrification de l'offre : davantage d'hybrides et 100 % électriques, soutien via formation interne et installation de bornes.
- Télétravail pour les postes compatibles → baisse des trajets domicile-travail
- Covoiturage encouragé pour les événements internes et échanges inter-sites

- La visioconférence est utilisée lorsque cela s'avère pertinent, sans se substituer totalement aux réunions physiques
 - Optimisation logistique : déploiement de camions 5 véhicules pour réduire les kilomètres parcourus
- Ces actions diminuent l'empreinte carbone sans réduire la performance opérationnelle

CONSTRUIRE UNE CULTURE D'ÉCO-RESPONSABILITÉ

JMJ veut aller au-delà de la mise en conformité et transformer ses habitudes internes :

- **Tri** sélectif systématisé
- Passage généralisé aux **LED**
- **Réduction des consommations** d'eau et d'énergie
- **Gestion raisonnée** des impressions

Prochain enjeu : **harmoniser et diffuser ces bonnes pratiques dans toutes les concessions pour créer une culture commune.**

ÊTRE RESPONSABLE DE NOTRE IMPACT ENVIRONNEMENTAL

GESTION DES DÉCHETS : UNE ORGANISATION ROBUSTE

100 % de déchets recyclés
Grâce à des **partenariats structurés**

- **Tri complet** en APV : huiles, pneus, batteries, filtres, métaux...
- Suivi rigoureux et **reporting** centralisé
- Étude lancée en 2025 pour homogénéiser les pratiques et renforcer la pédagogie
- Montée en puissance du **réemploi**
- **Atelier jantes** (2024) : **rénover** plutôt que remplacer → réduction déchets & achats neufs

MESURER POUR MIEUX PILOTER

La montée en maturité environnementale passe par des données fiables et un suivi structuré

- **Mesure par site des consommations** électricité, eau, carburants
- Construction d'un **tableau de bord** environnemental groupe
- Calcul des **GES** liés aux déplacements professionnels
- **Audit environnemental** pilote en 2026 pour établir un plan d'amélioration 2027
Première mesure GES (2024)

Environnement

	RÉSULTAT	OBJECTIF	COMMENTAIRE
Traitement des déchets après vente	100%		100% des concessions recyclent leurs déchets après vente
Utilisation des pièces de réemploi	100%		100% des concessions sont formées à la commande et au référencement des pièces de réemploi via Alpha scale
Recyclage des mégots	0%		Objectif 100% des concessions recyclent les mégots fin 2025
Impact CO2 Scope 1 et 2 en tonnes	2720	-3%	Les Scopes 1 et 2 regroupent les émissions de CO2 liées aux activités énergétiques de l'entreprise
% véhicules électriques	17%		Evolution progressive selon l'offre des marques



Conforme / Satisfaisant



En amélioration



Non conforme / à corriger

ÊTRE RESPONSABLE DE NOTRE IMPACT ENVIRONNEMENTAL

LES ÉMISSIONS DE GES DU GROUPE

en 2024

SCOPE 1 : ÉMISSIONS DIRECTES

70

TONNES ÉQUIVALENT CO₂
provenant des émissions fugitives liées à
la climatisation des bâtiments, soit **3 %**

946

TONNES ÉQUIVALENT CO₂
Liées aux sources mobiles de combustion
(carburants des véhicules), soit **35 %**

2 720 t

CO₂e au total

240

TONNES ÉQUIVALENT CO₂
Liées à l'électricité soit **9 %**

1 464

TONNES ÉQUIVALENT CO₂
Provenant des sources fixes de
combustion, représentant **54 %**
de nos émissions totales

SCOPE 2 : ÉMISSIONS INDIRECTES

Cette première mesure constitue une base. Elle devra être consolidée afin de gagner en précision et fiabilité, et servira de référence pour mettre en place des actions concrètes visant à réduire notre impact environnemental dans les années à venir.

Source : <https://www.mobilians.fr/carbodiag>

ÊTRE RESPONSABLE DE NOTRE IMPACT ENVIRONNEMENTAL

PERSPECTIVES ET PROCHAINES ÉTAPES

- **Formation** de tous les sites à l'usage des **pièces de réemploi**
- Campagnes de **sensibilisation** internes (affichage, newsletters, temps forts)
 - **Indicateurs environnementaux** consolidés et dynamiques
 - Déploiement du **recyclage des mégots**
- **Sondage mobilités** domicile-travail pour optimiser les leviers RH/environnement
 - Structuration complète du **suivi des consommations** et du reporting

EN RÉSUMÉ

L'engagement environnemental de JMJ repose sur 4 piliers :

1. **Acculturation** interne à l'éco-responsabilité
2. **Décarbonation** de la mobilité interne et client
3. Gestion exemplaire des déchets, avec un **objectif de circularité**
4. Pilotage par les données, pour passer d'une logique d'intentions à une **logique de résultats**

La trajectoire est progressive mais ambitieuse, orientée vers la réduction mesurable de l'impact carbone et l'amélioration continue des pratiques sur l'ensemble du réseau.



BILAN & PERSPECTIVES : UNE DYNAMIQUE ENGAGÉE POUR UNE PERFORMANCE DURABLE

L'année 2025 marque une étape structurante dans la trajectoire RSE de JMJ Automobiles. Ce premier rapport nous permet de poser les bases d'une démarche ambitieuse, incarnée par des actions concrètes, une gouvernance renouvelée et une implication croissante des équipes.

UNE VISION CLAIRE, DES CHANTIERS À POURSUIVRE

Ce premier rapport RSE marque une étape importante pour le Groupe JMJ. Il traduit notre volonté d'agir de manière structurée, transparente et durable. Les actions engagées cette année montrent que la responsabilité n'est pas un sujet annexe : elle fait désormais partie de notre façon d'opérer, de décider et de servir nos clients.

Les résultats présentés témoignent d'une dynamique réelle. Ils révèlent aussi les axes où nous devons progresser : réduction de notre impact environnemental, qualité de service, attractivité RH, mobilité plus propre, gouvernance renforcée. Ces chantiers seront au cœur des prochaines années.

L'engagement de nos collaborateurs, la confiance de nos clients et la qualité de nos partenaires sont les clés de cette réussite. Nous continuerons à avancer avec exigence, pragmatisme et cohérence pour faire du groupe JMJ un acteur de référence, performant et responsable dans toutes ses dimensions.

Ce rapport n'est pas une fin : c'est le point de départ d'un mouvement collectif qui doit s'inscrire dans la durée.

Ensemble, nous sommes déterminés à construire un groupe encore plus utile, plus engagé et plus solide pour les années à venir.

Emmanuel Bobot

Directeur Général Opérationnel





JMJ

Libres d'avancer

