



Communication On Progress

Novembre 2014

« Par ce document, je réaffirme l'attachement de Havas aux 10 principes du Global Compact et renouvelle notre engagement à les respecter, les promouvoir et à les mettre en oeuvre. »

Yannick Bolloré

Chairman and Chief Executive Officer, Havas



Avant-Propos

Ce document a pour but de refléter en toute transparence, notre démarche, et les actions engagées au sein du groupe, ainsi que les marges de progrès existantes.

Cet état des lieux marque, non pas le début de notre démarche RSE, formalisée depuis 2008, mais une étape nécessaire de cette démarche qui s'inscrit sur le long terme. Nos 6 engagements de progrès en représentent les fondations. Ils seront certainement appelés à évoluer au rythme de notre progression.

Ce document est également structuré autour de ces 6 engagements:

- Promouvoir la diversité et intensifier le système de couverture santé-prévoyance à l'international
- Renforcer le niveau d'exigences en matière sociale et de droits humains dans les achats de produits et services
- Réduire les impacts environnementaux liés au fonctionnement du Groupe.
- Réduire les impacts environnementaux liés aux actions de communication.
- Promouvoir la transparence et l'éthique dans la pratique des métiers du Groupe.
- Promouvoir un modèle de communication plus en phase avec le développement durable.

De nombreuses étapes ont été franchies telles que la mise en place du reporting extra-financier, qui pour la 3^e année nous a permis de remonter des données quantitatives complètes ; le développement d'outils internes et de plateformes internationales (comme l'étude Meaningful Brands) ; ainsi que le travail en continu de sensibilisation et de partage d'informations entre nos agences.

A nous de poursuivre nos efforts et d'agir, pour contribuer, à notre échelle aux changements positifs de ce monde.

Point méthodologique

Ce rapport a été établi sur la base d'informations provenant de notre outil de reporting dédié à la RSE permettant la collecte, et la consolidation de nos indicateurs. Ces derniers couvrent l'ensemble des domaines de la RSE et sont répartis en cinq thèmes : environnement, social, éthique & gouvernance, économie & achats, et communication responsable.

L'ensemble des indicateurs se réfèrent pour partie à la loi française NRE (Loi sur les Nouvelles Régulations Economiques), aux lignes directrices de la GRI (Global Reporting Initiative ; GRI v3) et aux engagements du Global Compact, mais aussi à des indicateurs spécifiques liés aux métiers, aux enjeux et au suivi des engagements pris par le Groupe.

HAVAS ET SA POLITIQUE DE RESPONSABILITE SOCIALE

Le secteur de la communication a une influence importante sur l'ensemble de la société. Il contribue au développement économique des entreprises en développant la notoriété et l'image de leurs marques dans un contexte de plus en plus mondialisé et concurrentiel.

Les changements profonds opérés par la technologie dans le monde du business, associés à l'émergence d'un consommateur hyperconnecté et hyperinformé de plus en plus puissant, ont totalement révolutionné le paysage de la communication.

Les motivations et attentes des individus évoluent vis-à-vis de la consommation et la relation entre les marques et leurs consommateurs devient plus fragile.

Il est essentiel que la communication innove pour refonder cette relation de confiance en s'appuyant sur la contribution effective des entreprises et des marques à construire un nouveau modèle de société. La création de la valeur de marque qui est la fonction même de la communication doit aujourd'hui reposer sur sa valeur sociétale. Cela passe sans doute par des pratiques plus transparentes, des postures plus humbles et une plus grande prise en considération de l'ensemble des parties prenantes.

A la fois miroir et moteur de la société, la communication, à travers les valeurs et représentations mises en avant a également un rôle important sur l'évolution des communautés humaines, leurs mœurs et modes de pensée.

Havas est conscient de sa responsabilité dans ce domaine et se doit d'évaluer sa contribution et d'endosser ses responsabilités face aux impacts directs ou indirects que le Groupe engendre par son fonctionnement et ses activités.

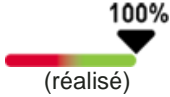







Havas renouvelle également son engagement à respecter et à mettre en œuvre les 10 principes du Pacte Mondial auquel il adhère depuis 2003.

Le groupe a défini 6 engagements de progrès qui guident l'ensemble des pratiques relatives à son activité, quels que soient les métiers exercés, tant en France qu'à l'étranger.

Ces 6 engagements structurent la démarche RSE du groupe Havas depuis 2009. Ils visent à réduire les impacts environnementaux, sociaux et sociétaux de notre activité. Le Groupe a ainsi établi des objectifs quantitatifs et qualitatifs à atteindre d'ici 2015 pour renforcer sa démarche et motiver ses collaborateurs.

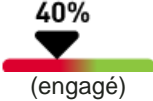

Le Groupe continue à intégrer les enjeux de la responsabilité sociale et sociétale au cœur de ses métiers. Sa stratégie encourage les agences à utiliser la force de leurs idées créatives pour amener des changements positifs au niveau social et sociétal.

Actions	Indicateurs de suivi	Niveau d'avancement au 31/12/2013	Progression par rapport à notre niveau d'avancement 2012
NOS 4 ENGAGEMENTS DE MOYENS			
1. La mise en place d'une organisation permettant le déploiement de notre démarche RSE			
Constitution d'un réseau de correspondants « RSE »	Part des effectifs groupe couverts par un correspondant RSE	 100% (réalisé)	
	<i>Le réseau « RSE » est constitué de 124 correspondants répartis dans une cinquantaine de pays et couvrant 100% des effectifs.</i>		
2. La mise en place d'un système d'informations environnementales et sociales			
Développement et intégration d'un outil de reporting RSE	Degré d'avancement de l'outil	 100% (réalisé)	
	<i>Le système de reporting extra-financier a été déployé pour la 4^e année consécutive. L'unité de saisie correspond désormais en tout point à celle du reporting financier.</i>		
3. L'implication de nos fournisseurs dans notre démarche de progrès			
Sensibilisation de nos principaux fournisseurs à nos objectifs en matière d'achats et de reporting	Nombre de fournisseurs intégrés dans la démarche	 30% (engagé)	
	<i>6 fournisseurs (contrats cadres groupe) ont participé au reporting RSE du groupe.</i>		
4. La mobilisation et la sensibilisation des salariés au développement durable et à la communication responsable			
Séminaires de formation et de sensibilisation au développement durable et aux pratiques de communication responsable	Nombre de salariés et % des effectifs groupe ayant reçu des formations	 40% (engagé)	
	<i>176 salariés ont reçu une formation au développement durable et/ou à la communication responsable.</i>		
Conception et mise en ligne d'une plate-forme dédiée à la thématique du développement durable sur le site de Havas.	<i>Intégration d'une rubrique « actualités » dans la section RSE du nouveau site internet du Groupe : havas.com</i>	 100% (réalisé)	

Actions	Indicateurs de suivi	Niveau d'avancement au 31/12/2013	Progression par rapport à notre niveau d'avancement 2012
NOS 6 ENGAGEMENTS DE PROGRES			
ENVIRONNEMENT			
1. Réduire les impacts environnementaux liés à notre fonctionnement			
A. Emissions de CO₂			
Réalisation du bilan carbone groupe	Actualisation annuelle		
	<i>Mise à jour du bilan carbone réalisée au titre de l'année 2013 : les émissions de CO₂ du groupe s'élèvent à 106 771t.éq CO₂, soit 6,9 t.éq CO₂ par salarié.</i>		
Mise en place d'un système de suivi de nos émissions de GES	Degré d'avancement de l'outil		
	<i>Le calculateur GES a été complètement intégré au reporting RSE et a de nouveau permis d'évaluer nos émissions.</i>		
Communication et mise en œuvre du plan de réduction (- 20% entre 2011 et 2015)	Evolution des émissions de GES et écart vs objectif de - 20% entre 2011 et 2015		
	<i>Au titre de 2013, le groupe n'a pas réduit ses émissions de GES. Elles ont augmenté de 13% par salarié.</i>		
B. Consommation de papier de bureau			
Limiter les impressions, développer au maximum les impressions recto-verso, privilégier des grammages plus faibles	Quantité de papier de bureau utilisé (tonnes) et écart vs objectif de - 40% entre 2011 et 2015		
	<i>En 2013, la consommation totale de papier de bureau s'est élevée à 362 tonnes, soit 28 kg par salarié. Une diminution par salarié de 12%.</i>		

Actions	Indicateurs de suivi	Niveau d'avancement au 31/12/2013	Progression par rapport à notre niveau d'avancement 2012
Substitution progressive, dans nos achats, du papier de bureau non recyclé ou sans certification environnementale au profit du papier recyclé ou certifié (FSC ou PEFC)	% des achats de papier de bureau correspondant à du papier recyclé ou certifié (FSC ou PEFC) et écart vs objectif de 100% recyclé ou certifié en 2015	<p>70% (engagé)</p>	
	Le papier certifié et/ou recyclé représente 59% de la consommation globale de papier de bureau dans le Groupe.		
C. Déchets			
Réduire nos consommations de produits « jetables » (bouteilles, gobelets plastiques,...), réduire notre utilisation de papier de bureau	Quantité de déchets totaux (tonnes) et écart vs objectif de -15% d'ici 2015	<p>100% (réalisé)</p>	
	La quantité totale de déchets produit en France en 2013 par le groupe s'élève à 502 tonnes, soit 189 kg par salarié.		
Généraliser le tri sélectif du papier et le recyclage	Nombre d'entités et % des effectifs du groupe correspondant ayant mis en place le tri sélectif du papier	<p>80% (engagé)</p>	
	Le tri sélectif concerne près de 78% des effectifs du groupe.		
2. Réduire les impacts environnementaux liés à nos actions de communication			
Intégrer dans nos recommandations des propositions de mesure d'impact environnemental des actions de communications	Nombre de recommandations (conception/production ou plan media) assorties d'une proposition de mesure d'impact environnemental	<p>60% (engagé)</p>	
	281 propositions de mesure d'impact environnemental ont été intégrées dans des recommandations clients.		

Actions	Indicateurs de suivi	Niveau d'avancement au 31/12/2013	Progression par rapport à notre niveau d'avancement 2012
SOCIAL			
3. Promouvoir la diversité et intensifier notre système de couverture sociale à l'international			
A. Promouvoir la diversité avec comme priorité le handicap			
Sensibiliser l'ensemble des collaborateurs du Groupe à l'insertion professionnelle des personnes handicapées	% des effectifs du groupe ayant été sensibilisés au handicap et nombre d'actions de sensibilisation réalisées	<p>100% (réalisé en France)</p>	
	<i>En France, 100% des effectifs ont été sensibilisés au handicap. Les efforts de sensibilisation se poursuivent à l'international.</i>	<p>20% (engagé)</p>	
Recruter des personnes en situation de handicap (salariés ou stagiaires)	Nombre de personnes handicapées travaillant pour le compte du groupe Havas	<p>40% (engagé)</p>	
	<i>Au sein du Groupe, 72 salariés du groupe sont en situation de handicap. Les collaborateurs handicapés représentent 1,33% de la population salariée en France.</i>		
Développer la sous-traitance à des entreprises engagées dans l'insertion professionnelle de handicapés (entreprises du secteur protégé)	Montant des achats effectués auprès d'entreprises engagées dans l'insertion professionnelle de personnes handicapées	<p>30% (engagé)</p>	
	<i>En France, le montant des achats effectués auprès d'entreprises du secteur protégé s'élève à environ 32 173€.</i>		
B. Intensifier notre système de couverture santé-prévoyance à l'international			
Faire un diagnostic exhaustif des systèmes de couverture sociale existants dans les Agences pour définir un plan d'actions	Nombre de salariés (effectif et %) bénéficiant d'une couverture santé-prévoyance d'une part, et d'un régime de retraite d'autre part	<p>100% (réalisé en France)</p>	
	<i>En France le contrat de protection sociale couvre l'ensemble des salariés. 44% des salariés du Groupe bénéficient d'une couverture médicale minimale.</i>	<p>30% (engagé)</p>	

Actions	Indicateurs de suivi	Niveau d'avancement au 31/12/2013	Progression par rapport à notre niveau d'avancement 2012
4. Renforcer nos exigences en matière sociale et de droits humains dans nos achats de produits et services			
Déclinaison de notre politique RSE au sein de notre supply chain	Intégrer des critères RSE dans les clauses contractuelles de nos fournisseurs et dans les appels d'offres	 <p>40% (engagé)</p>	
	<p><i>Le groupe a ajouté une clause « développement durable » dans tous ses contrats fournisseurs incluant le respect des normes internationales et nationales du travail. Des critères RSE de notation ont été intégrés dans un appel d'offres concernant les fournitures de bureau.</i></p>		

Actions	Indicateurs de suivi	Niveau d'avancement au 31/12/2013	Progression par rapport à notre niveau d'avancement 2012
SOCIETAL			
5. Promouvoir l'éthique dans la pratique de nos métiers			
Refonte de l'actuel code d'Ethique et du guide de procédures de Havas	La mise à jour du Code Ethique du groupe a été effectuée en 2011.	100% (réalisé)	
6. Promouvoir un modèle de communication plus en phase avec le développement durable			
Intégration de compétences et d'outils dédiés au Développement Durable dans les agences du groupe (voir engagements de moyens N°1 et 4)	Suivi des initiatives dans l'ensemble des agences du groupe		
	Des outils propriétaires de mesure de l'impact environnemental des actions de communication ont été mis en place dans certaines agences. D'autres ont adopté des chartes ou des guides de procédures internes. En 2013, 22 campagnes ont été conçues avec la collaboration d'experts du développement durable (internes ou consultants).	40% (engagé)	
Développer des méthodes de travail en amont de la conception des campagnes de communication associant davantage les parties prenantes de l'entreprise-cliente.	Nombre de consultations de parties prenantes effectuées en amont de la conception des campagnes de communication	40% (engagé)	
	18 campagnes ont ainsi été réalisées après organisation de consultation de parties prenantes de l'entreprise cliente.		
Renforcer notre engagement sociétal par le mécénat de compétence (pro-bono)	Nombre de campagnes pro-bono réalisées et nombre de jours de travail correspondants	80% (engagé)	
	105 campagnes pro-bono ont été réalisées par les agences du groupe. Près de 3 349 jours ont été consacrés à ces campagnes.		

Pour toute information complémentaire, contactez :

Marion Caillard

Chargée de projets RSE du groupe Havas

marion.caillard@havas.com

29-30 quai de Dion Bouton 92817 Puteaux Cedex, France
Tel +33 (0) 1 58 47 80 00 Fax +33 (0) 1 58 47 99 99
SA au capital de 172 432 004,40€- 335 480 265 RCS Nanterre - APE 7311Z
www.havas.com – Suivez-nous sur Twitter : <http://www.twitter.com/HavasGroup/>