



COMMUNICATION SUR LE PROGRES GLOBAL COMPACT 2011

ICOM

Membre depuis le : 11/02/2008

Nombre de salariés (novembre 2011) : 16

Secteur : Communication



Contact :

Daniel LUCIANI

Président Directeur Général

+33 (0)5 62 57 73 43

luciani@icom-com.fr

Décembre 2011

Présentation du Global Compact ou Pacte Mondial

En adhérant au Pacte Mondial, les entreprises s'engagent à aligner leurs opérations et leurs stratégies sur **dix principes** universellement acceptés touchant quatre thèmes :

- les droits de l'Homme,
- les normes du travail,
- l'environnement et,
- la lutte contre la corruption.

Le Pacte Mondial, principale initiative mondiale d'entreprises citoyennes – qui regroupe des milliers de participants répartis dans plus de 100 pays – a pour objectif premier de promouvoir la légitimité sociale des entreprises et des marchés. Adhérer au Pacte Mondial c'est partager la conviction que des pratiques commerciales fondées sur un certain nombre de principes universellement reconnus, contribueront à l'émergence d'un marché mondial plus stable, plus équitable et plus ouvert et de sociétés prospères et dynamiques.

En résumé :

Le Pacte mondial est...	Le Pacte mondial n'est pas...
Une initiative à caractère facultatif visant à promouvoir le développement durable et le civisme social	Juridiquement contraignant
Un ensemble de valeurs fondées sur des principes universellement acceptés	Un moyen de surveiller et de contrôler les entreprises
Un réseau d'entreprises et d'autres parties prenantes	Une norme, un système de gestion, ni un code de conduite
Un forum d'apprentissage et d'échange de données d'expérience	Un organe de réglementation, ni une agence de relations publiques

En adhérant au Pacte Mondial, l'entreprise proclame publiquement son attachement aux dix principes universels de l'initiative et, à ce titre, s'engage:

1. À prendre des mesures pour modifier la façon dont elle opère afin que le Pacte Mondial et ses principes s'intègrent à son mode d'administration, à sa stratégie, à sa culture et à ses activités quotidiennes;
2. À décrire dans son rapport annuel ou dans un rapport de gestion similaire (par exemple un rapport sur son action du point de vue du développement durable) la manière dont elle applique le Pacte Mondial et ses principes (Communication sur les progrès réalisés) et;
3. À faire campagne en faveur du Pacte Mondial et de ses principes, par le biais de communiqués de presse, de déclarations, etc.

Les entreprises peuvent tirer pleinement parti du principe de la participation en prenant part à des concertations, à des forums d'apprentissage et à des partenariats.

Les 10 principes du Pacte Mondial

DROITS DE L'HOMME

1. Les entreprises sont invitées à promouvoir et à respecter la protection du droit international relatif aux droits de l'Homme dans leur sphère d'influence; et
2. À veiller à ce que leurs propres compagnies ne se rendent pas complices de violations des droits de l'Homme.

DROITS DU TRAVAIL

3. Les entreprises sont invitées à respecter la liberté d'association et à reconnaître le droit de négociation collective ;
4. L'élimination de toutes les formes de travail forcé ou obligatoire ;
5. L'abolition effective du travail des enfants ; et
6. L'élimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession.

ENVIRONNEMENT

7. Les entreprises sont invitées à appliquer l'approche de précaution face aux problèmes touchant l'environnement ;
8. A entreprendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement ; et
9. A favoriser la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement.

LUTTE CONTRE LA CORRUPTION

10. Les entreprises sont invitées à agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion de fonds et les pots-de-vin.

(Faire schéma avec les 4 thèmes)

SOMMAIRE

Présentation du Global Compact ou Pacte Mondial	page 2
Les 10 principes du Pacte Mondial	page 3
Présentation de la société ICOM Communication	page 5
Lettre du Directeur Général d'ICOM Communication	page 6
RAPPORT ANNUEL GLOBAL COMPACT : Communication sur le Progrès	page 7
DROITS DE L'HOMME	
PRINCIPE 1 : « Les entreprises sont invitées à promouvoir et respecter la protection du droit international relatif aux droits de l'Homme. »	page 7
1. Soutenir des projets humanitaires	page 7
2. Respecter et promouvoir le droit de libre d'accès à l'information	page 8
DROITS DU TRAVAIL	
PRINCIPE 3 : « Les entreprises sont invitées à respecter la liberté d'association et à reconnaître le droit de négociation collective »	page 9
1. Respect du droit des salariés	page 9
PRINCIPE 6 : « L'élimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession »	page 10
1. Le travail à temps partiel	page 10
2. L'ouverture du Conseil d'Administration	page 10
ENVIRONNEMENT	
PRINCIPE 7 : « Appliquer l'approche de précaution aux problèmes touchant à l'environnement. »	page 11
1. Le maintien des certifications PEFC et FSC	page 11
2. Le tri des déchets	page 12
PRINCIPE 8 : « Entreprendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement. »	page 14
1. Création d'un collectif publicitaires « éco-sociaux innovants »	page 14
2. Promouvoir le respect du développement durable dans la profession	page 15
3. La pédagogie au service d'un changement durable	page 17
4. Création d'un réseau de déplacement inter-entreprises	page 18
LUTTE CONTRE LA CORRUPTION	
« Rapporter ou expliquer »	
PRINCIPE 10 : « Les entreprises sont invitées à agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion de fonds et les pots-de-vin. »	page 20

Présentation de la société ICOM Communication

Engagée depuis 2001 dans une démarche unique de développement durable, ICOM revendique une nouvelle approche responsable, innovante et efficace de la communication. ICOM expérimente depuis plusieurs années des stratégies de responsabilité sociétale, hier fondées sur les principes de la Performance Globale (CJD) et aujourd'hui sur les lignes directrices de l'ISO 26000. Au-delà des discours bien-pensants, ICOM a développé au sein de son organisation des initiatives pionnières et des plans d'actions pérennes régulièrement évaluées par un tiers.

ICOM revendique et exprime au quotidien ses partis pris pour une communication responsable à valeurs ajoutées à travers une politique de performance globale et de développement durable.

Celle-ci a fait l'objet d'une évaluation par un tiers en novembre 2008 avec l'AFAQ 1000 NR. Le modèle AFAQ 1000NR, en cohérence avec les principaux documents mondiaux : le guide SD 21000, la future norme ISO 26000, le Global Compact des Nations Unies et la Global Reporting Initiative (GRI), a été développé par AFAQ AFNOR Certification, premier organisme de certification et d'évaluation de systèmes, services, produits, compétences ; afin d'évaluer l'intégration de la démarche de développement durable d'une entreprise.

Dès 2009, ICOM a formalisé la mise en place d'un système de management intégré Qualité-Sécurité-Environnement dont la première des traductions est la lettre d'engagement de la direction.



Toulouse, le 30 décembre 2011



Monsieur le Secrétaire général,

En 2010 et 2011, ICOM a subi fortement les impacts de la crise financière et économique. Son positionnement en matière de communication responsable et communication sur le développement durable ne lui a pas permis d'être épargné. Notre chiffre d'affaires a considérablement baissé. Notre rentabilité en a souffert de façon significative, nous obligeant à procéder à des licenciements économiques. Et malgré cela, nous avons tenté de conserver notre cap pour que la stratégie de l'entreprise reste une stratégie de développement durable.

Malgré ce contexte, je vous confirme que l'entreprise ICOM COMMUNICATION renouvelle ses engagements à soutenir les dix principes du Pacte Mondial des Nations Unies concernant les droits de l'homme, les droits du travail, la protection de l'environnement et la lutte contre la corruption. Nous vous exprimons de plus notre volonté de faire progresser ces principes dans notre domaine d'influence et nous nous engageons à les intégrer dans la stratégie de notre compagnie, sa culture commerciale et ses modes opératoires.

Nous nous engageons également à faire une déclaration claire et publique sur ce sujet et à en informer nos employés, nos partenaires commerciaux et nos clients. Dans notre logique de responsabilité et de transparence, nous rendrons publics les résultats de nos actions en faveur de la bonne application des dix principes du Pacte Mondial grâce à notre Communication sur le Progrès que nous rédigeons chaque année.

Vous trouverez ci-joint notre Communication sur le Progrès qui traite pour sa deuxième édition de trois des quatre thèmes du Global Compact : les droits de l'Homme (principe 1), les droits du travail (principes 3 et 6) et l'environnement (principes 7 et 8). Le thème « lutte contre la corruption » fait l'objet d'une explication pour « non réalisation », l'entreprise n'ayant jamais fait face à ce type de problème au sein de son réseau direct et de ses partenaires.

Meilleures salutations,

Daniel LUCIANI
Président Directeur Général

RAPPORT ANNUEL GLOBAL COMPACT

Communication sur le Progrès

Les actions socialement responsables menées par l'agence ICOM se sont inscrites dans le Pacte Mondial de l'ONU ou Global Compact le 11 février 2008. ICOM a rejoint les 780 entreprises françaises signataires, parmi les 10017 compagnies adhérentes réparties dans 135 pays. Cet engagement, elle le confirme en publiant chaque année une synthèse de ses actions (ou bonnes pratiques) mesurées par des indicateurs de performance : la communication sur les progrès (CoP).

Comme le prévoit le Bureau du Pacte Mondial après la première année, la Communication sur le Progrès doit être consacrée au traitement de tous les thèmes, et, en cas contraire, doit expliquer pour quelles raisons certains thèmes n'ont pas pu être développés. ICOM a donc décidé de décrire certaines mesures mises en place par la société concernant trois des quatre thèmes du Pacte Mondial.

DROITS DE L'HOMME

Si ICOM a su fournir de nombreuses preuves de son engagement en termes de développement durable et de respect des conditions de travail, il est vrai qu'elle n'a pas inscrit concrètement dans ses objectifs de l'année deux des quatre catégories déterminées par le Global Compact.

PRINCIPE 1 : « Les entreprises sont invitées à promouvoir et respecter la protection du droit international relatif aux droits de l'Homme dans leur sphère d'influence. »

- Soutenir des projets humanitaires –

Depuis sa création en 2001, ICOM Communication a une politique de respect et de protection de ses employés : avantages sociaux, conditions de travail optimales et légales, égalité des salaires, diversité ... ICOM a également décidé de pratiquer la compensation de son « empreinte » carbone par une contribution volontaire à l'association Tchendukua – Ici et Ailleurs, Organisation Non Gouvernementale qui intervient auprès des sociétés « première » ou « racines » et plus spécifiquement la société des Indiens Kogis (Colombie) afin d'assurer la préservation de leurs terres, la transmission de leurs connaissances traditionnelles et la reconstitution de la biodiversité.

ICOM a donc choisi d'aider cette ONG ; étant une petite structure, ICOM ne peut pas se permettre d'aider une autre fondation. Elle s'engage cependant à encourager ses employés ainsi que ses différentes parties prenantes à contribuer financièrement à la protection du droit international relatif au droit de l'Homme, en faisant de dons à différents organismes nationaux et internationaux (Unicef, Rotary International, Cœur en partage etc). À cette fin, chaque année, ICOM apporte sa contribution à l'organisation d'une soirée de collecte de fonds destinés à l'Unicef. Elle en assure la

prestation de communication et diffuse très largement l'information à ses réseaux d'appartenance.

- Respecter et promouvoir le droit de libre d'accès à l'information -

L'article 47 de la loi n° 2005-102 du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées, fait de l'accessibilité une exigence pour tous les services de communication publique en ligne de l'État, des collectivités territoriales et des établissements publics qui en dépendent. Il stipule que les informations diffusées par ces services doivent être accessibles à tous. Le Référentiel Général d'Accessibilité pour les Administrations (RGAA) permettra de rendre progressivement accessible l'ensemble des informations fournies par ces services.

Les sites Internet conçus par ICOM respectent près de la totalité des recommandations du RGAA niveau A, une grande majorité des recommandations du RGAA niveau AA et une partie du niveau AAA. De plus, ICOM a fait le choix il y a quelques années déjà de concevoir des sites Internet respectant les standards du web édictés par le W3C (World Wide Web Consortium), organisme de standardisation à but non-lucratif chargé de promouvoir la compatibilité des technologies : *« Mettre le Web et ses services à la disposition de tous les individus, quel que soit leur matériel ou logiciel, leur infrastructure réseau, leur langue maternelle, leur culture, leur localisation géographique, ou leurs aptitudes physiques ou mentales. »*.



Ainsi, les sites Internet conçus par ICOM sont visibles par :

- les logiciels utilisés par les personnes handicapées ;
- les logiciels utilisés par les personnes ayant des déficiences visuelles permanentes ou temporaires (seniors, par exemple) ;
- les personnes équipées en bas débit (pages plus légères).

En permettant à ces personnes d'avoir accès à l'information qu'elles souhaitent trouver, ICOM confirme sa volonté active de mettre en place un monde plus équitable et durable.

DROIT DU TRAVAIL

La performance sociale, le bien-être et l'épanouissement de ses salariés font partie des axes majeurs de son projet d'entreprise, de son pilotage et de sa gouvernance. Depuis 2002, ICOM expérimente un nouveau modèle économique, la performance globale. Née du CJD, elle intègre toutes les parties prenantes au développement de l'entreprise. Ce nouveau mode de gouvernance a été suscité par des réflexions éthiques visant à faire évoluer l'économie vers quelque chose de plus humain. Cette approche s'inscrit contre l'orthodoxie ambiante qui recherche la productivité à tout prix et qui exclut les salariés du partage de la richesse créée par l'entreprise.

En tant qu'entreprise citoyenne et responsable, la société ICOM respecte les normes de travail édictées par l'Organisation Internationale du Travail. Dans ce cadre, il semble plus pertinent de traiter de manière approfondie les principes 3 "Les entreprises sont invitées à respecter la liberté d'association et à reconnaître le droit de négociation collective" et 6 "L'élimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession ».

PRINCIPE 3 : "Les entreprises sont invitées à respecter la liberté d'association et à reconnaître le droit de négociation collective"

- Respect des droits des salariés -

L'année 2011 a été marquée par l'impact de la crise économique mondiale sur le bénéfice annuel d'ICOM.

	Effectif moyen	Chiffre d'Affaire	Résultat
2010	21	1 693 000 €	- 213 531 €
2011	16	1 177 000 €	- 205 000 €

Suite à ce résultat annuel portant atteinte à la pérennité de l'entreprise, la direction a pris la décision d'adopter un plan social de licenciement économique afin d'assurer la survie de l'entreprise. Ainsi, ICOM a respecté la procédure imposée par le Code du Travail portant sur le licenciement pour motif économique, et a licencié, pour l'année 2011, 3 personnes. Les licenciements se sont faits dans le cadre d'un plan de licenciement économique de moins de dix salariés. ICOM leur a proposé, lors de l'entretien préalable de licenciement, comme la loi le précise, de pouvoir bénéficier de la CRP (Convention de Reclassement Professionnelle).

Cette convention fonctionne de la manière suivante : suite à l'entretien, le salarié a un délai de réflexion de 21 jours, s'il adhère à la convention, son contrat s'arrête le 22e jour. L'entreprise verse à Pôle Emploi le montant correspondant au préavis qu'aurait dû effectuer le salarié.

Le salarié bénéficie ensuite durant un an d'une allocation versée par Pôle Emploi correspondant pratiquement à son salaire net. Durant cette année, le salarié bénéficie également d'une aide personnalisée pour sa recherche et de formation si cela correspond à son projet professionnel. Les salariés ont touché leurs indemnités de licenciement et leurs indemnités de congés payé sans suppléments. Celles-ci

sont calculées en fonctions de leurs anciennetés dans l'entreprise : 1/5 de mois de salaire brut par année d'ancienneté.

ICOM regrette ces mesures prises et concède ne pas avoir pu trouver de solutions alternatives qui auraient permis la sauvegarde de l'entreprise et des emplois des autres salariés.

PRINCIPE 6 : "L'élimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession"

Le 7 décembre 2006, ICOM a signé la Charte de la diversité en présence d'Azouz Begag, ministre délégué à la Promotion de l'égalité des chances. Par cette action forte, ICOM s'engage à promouvoir la diversité culturelle (origine ethnique, croyance religieuse...) et, plus largement, l'égalité des chances hommes-femmes, la diversité des âges, l'intégration des personnes handicapées, l'acceptation de l'appartenance politique et syndicale...

- Le travail à temps partiel -

Durant l'année 2011, ICOM a fait preuve de souplesse et de compréhension en agissant pour le bien-être de ses employés : en effet, 4 salariés ont pu bénéficier d'un contrat de travail à temps partiel pour pouvoir concrétiser leur désir de concilier vie professionnelle et vie privée. ICOM considère que le bien-être d'un employé est un investissement pertinent et fiable qui favorise l'efficacité au travail. Un employé heureux est un employé qui travaille bien.

- L'ouverture du Conseil d'Administration -

En 2010, ICOM a procédé à une ouverture de son capital. De nouveaux actionnaires sont arrivés. L'Assemblée Générale a voté un nouveau Conseil d'Administration constitué des différentes parties prenantes de l'entreprise : un fournisseur (Inddigo), un client (Inddigo), une agence confrère (Inoxia Bordeaux), un salarié, un partenaire (Diva), deux investisseurs privés de type « Love Money ». La diversité de ce nouveau Conseil d'Administration a permis à l'entreprise de prendre en compte, et au mieux, les enjeux et les attentes des actionnaires, des salariés et des partenaires externes. Il a ainsi permis d'avoir un pilotage stratégique au plus près des intérêts de chacun dans un contexte de crise.

DiVA
L'oxygène des dirigeants


inddigo
INGÉNIERIES DU
DÉVELOPPEMENT DURABLE

INOXIA
_en avance sur la suite

ENVIRONNEMENT

Conscient que toute activité a un impact sur l'environnement, ICOM a décidé d'agir en mettant en place un certain nombre de démarches visant à réduire la sienne, de manière significative.

Depuis la création d'une websérie pédagogique sur le développement durable, en passant par la création d'une association d'agences de communication responsable, jusqu'au tri sélectif de ses déchets, ICOM met régulièrement en place des actions permettant de limiter son empreinte écologique et de promouvoir autour d'elle le respect de l'environnement.

PRINCIPE 7 : « Les entreprises sont invitées à appliquer l'approche de précaution aux problèmes touchant à l'environnement. »

Depuis 2007, les exigences du développement durable s'imposent progressivement au secteur de la communication et de la publicité, réputé très concurrentiel. Anticipant ce mouvement, ICOM COMMUNICATION s'est engagée dès 2001 dans le programme «Performance Globale» proposé par le Centre des Jeunes Dirigeants afin d'allier efficacité économique, responsabilité sociétale et respect de l'environnement.

Cette approche pionnière lui a permis de mettre en œuvre une démarche de progrès en faveur d'un développement durable qui s'est déclinée par l'intensification de la politique d'ICOM en matière de lutte contre le réchauffement climatique et de réduction des émissions de gaz à effet de serre. Elle s'est traduite dans un premier temps par le choix de construction en 2006 d'un bâtiment bioclimatique construit selon une démarche HQE et la formalisation d'un Plan de Déplacements Entreprise en 2009.

- **Maintien des certifications PEFC™ et FSC® -**



Première agence française à obtenir les certifications PEFC™ (Programme de Reconnaissance des Certifications Forestières) en juillet 2008 et FSC® (Forest Stewardship Council) en juillet 2009, ICOM COMMUNICATION s'attache chaque année à renouveler ces certifications en passant les audits de contrôle pour témoigner de son engagement effectif dans la protection de l'environnement. Cette année, les éléments de non-conformité ont été levés et ICOM a donc pu être à

nouveau certifiée par ces labels. Aujourd'hui, un employé français consomme en moyenne 3 ramettes de papier par mois au travail : étant donné l'état actuel des forêts dans le monde, il est devenu urgent de changer les pratiques dans l'entreprise. ICOM s'est donc employé à changer durablement les habitudes de ses employés en termes de consommation de papier : utilisation de papier recyclé ou issu de forêts durables, impression recto-verso, réutilisation des brouillons, utilisation du mail plutôt que du support papier, papier toilette recyclé et sensibilisation des employés. Les logos PEFC™ et FSC® certifient que le bois utilisé pour la fabrication du papier est issu de forêts gérées durablement et permettent à ICOM de prouver son engagement.

- Le tri des déchets -



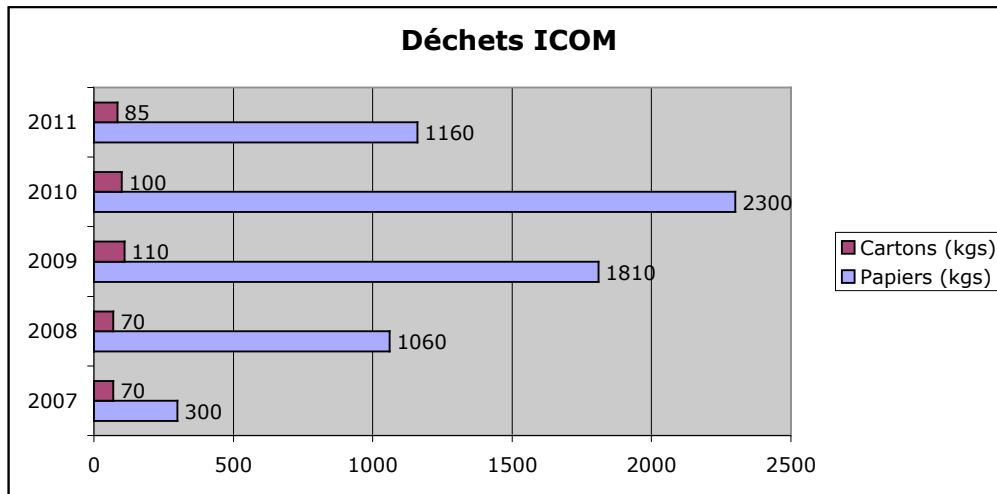
Depuis 2006, ICOM confie le tri de ses déchets internes à Greenburo, acteur de l'économie sociale et solidaire, spécialisé dans le tri des déchets en entreprise. Cette initiative fait partie intégrante du Plan d'Actions Durables ICOM (PADI), plan d'actions interne qui permet notamment la sensibilisation des collaborateurs et la communication autour des enjeux du développement durable.

Greenburo recherche la meilleure valorisation possible pour chaque type de déchet et collecte tous les différents types de déchets permettant d'optimiser l'éco-bilan de l'opération. Les prestations proposées (interventions ponctuelles ou régulières) particulièrement adaptée aux PME, PMI (quelle que soit la taille de l'entreprise) comme aux administrations et collectivités.

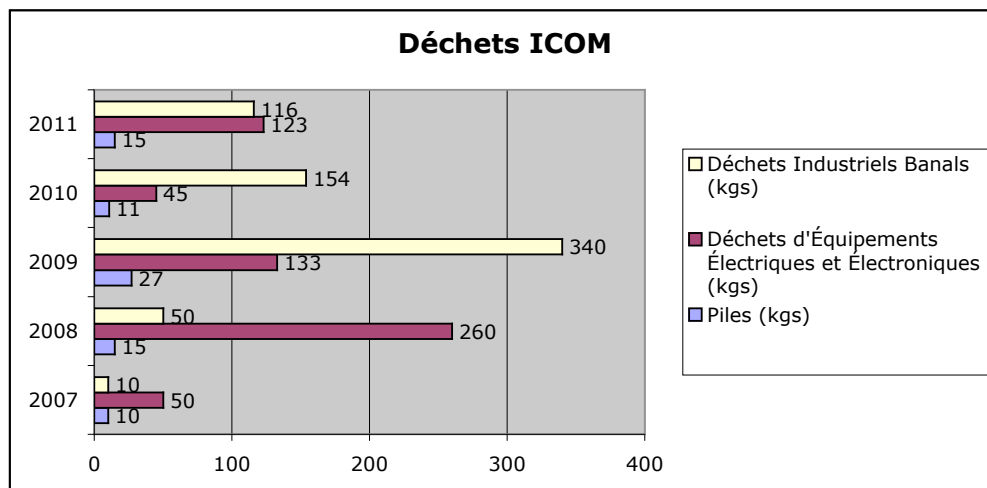
Le tri sélectif doit être simple s'il veut être efficace. Greenburo récupère tous les papiers (journaux, magazines, enveloppes, chemises cartonnées...) avec ou sans agrafes, trombones. Ces papiers sont ensuite triés en plusieurs catégories, puis mis en balles qui sont acheminées vers les usines papetières demandeuses de ce type de papier. De plus, Greenburo permet à des personnes exclues du marché de l'emploi d'occuper un emploi à temps plein : son engagement est à la fois environnemental et sociétal.

Entreprise de confiance, Greenburo est agréée par la Préfecture de Haute-Garonne pour le transport de déchets non dangereux.

Ce type d'initiative, combiné à une réduction progressive de la consommation de papier au sein de l'entreprise, permet une réduction de l'émission des gaz à effet de serre et une meilleure gestion des déchets émis chaque année.



La consommation de papier ayant sensiblement augmenté depuis 2007, le choix de le faire recycler par une entreprise spécialisée comme Greenburo est d'autant plus pertinent.



L'entreprise Greenburo permet à ICOM de recycler tous ses déchets, même les moins nombreux ou les plus complexes, comme les Déchets d'Équipements Électriques et Électroniques

PRINCIPE 8 : " *Entreprendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement.* "

- **Création d'un collectif des publicitaires « éco-sociaux innovants »** -



Fondé en avril 2008 par six agences de communication (Eco&Co, L'Econovateur, ICOM, Inoxia, Limite et RendezVous RP), le Collectif des Publicitaires éco-sociaux innovants est devenu en septembre 2011 une association loi 1901, « L'association pour une communication plus responsable ». Elle a pour objectif de changer en profondeur les pratiques des métiers de la communication. Cette évolution doit permettre à toutes les parties prenantes de ces agences de s'engager davantage pour changer les métiers de la publicité et de la communication. L'ambition de cette association est de mieux défendre la réputation des entreprises pour changer l'image négative de la publicité et de la communication, en les mettant au service de cette transition progressive vers une société du développement durable.

L'association était présente lors de l'université d'été de la communication et du développement durable le 31 août 2011 : elle a pu y présenter un programme de quarante et une mesures pour réformer de façon durable et radicale les pratiques des professionnels de la communication et de la publicité. La principale mesure est la demande de la création d'un Haut Conseil de la Communication qui remettrait en cause le système d'autorégulation de l'ARPP (Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité) : en effet, l'association considère que celle-ci ne peut éviter certaines dérives, ni faire appliquer les réglementations dans toute la profession. Ce Haut Conseil de la Communication pourrait être saisi (ou auto-saisi) pour tout manquement au droit ou aux recommandations professionnelles ; il pourra également saisir la justice dans ce sens.

L'association remet également en cause les publicités commerciales sur l'alimentation à destination des enfants, et propose la mise en place d'une régulation de la profession à l'instar du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel. Une nouvelle mesure préconise également de supprimer tout affichage défilant ou lumineux n'utilisant pas d'énergie 100% renouvelable, mais aussi les panneaux vidéo dans les

stations de métro, jugés trop « énergivores ».

Une autre préconisation propose d'attribuer chaque année un crédit d'espace publicitaire pour des campagnes dites de « contre-poids » à des organisations indépendante et à but non lucratif, afin qu'elles puissent s'exprimer face aux campagnes dont les produits créent une problématique de société. Ce dispositif permettrait l'alimentation du débat et ainsi alerter les autorités publiques face à certaines urgences. Ainsi, dix minutes de publicité pour une marque d'un secteur sensible (nutrition, énergie, chimie, etc.) bénéficiant d'un budget annuel de plus de 300 000 euros, un crédit d'une minute d'information sur le même sujet sera attribué à une organisation labellisée par le Haut Conseil de la communication. Cette minute serait financée par une taxe sur les budgets communication de ces mêmes marques.

La participation d'ICOM à ce projet s'inscrit dans sa démarche globale d'impulsion de changement à la fois dans la société (changements des pratiques et des politiques en faveur du développement durable) et dans la profession de communication. En s'associant à ces 5 autres agences, ICOM espère peser sur la réglementation de la profession et sur la législation nationale.

- Promouvoir le respect du développement durable dans la profession -



En 2009, le PDG d'ICOM et son directeur du Développement Durable d'ICOM ont participé aux travaux sur la norme ISO 26000 - lignes directrices relatives à la responsabilité sociétale – pilotés par la Commission de normalisation AFNOR/DDRS. À l'initiative d'ICOM, Frédéric Petit, directeur du Développement Durable d'ICOM de 2008 à 2011, préside un groupe de travail AFNOR pour la déclinaison de l'ISO 26000 pour les métiers de la communication. Cette initiative sectorielle est une première internationale.

Ces travaux donneront lieu à la parution d'un guide à destination de tous les professionnels de la communication au cours du troisième trimestre 2012, dont le titre est « Guide d'application de l'ISO 26 000 ». Il traitera notamment des enjeux de responsabilité des différentes activités de communication, à savoir la publicité, l'organisation d'événements, la communication numérique, le design de marque, les RP (relations presse et relations publics), l'achat-média, la communication éditoriale et la communication directe. Toutes les principales parties prenantes du monde de la communication (Adwiser, WW France, Anaé, AACC, UDA, ORSE, OJD France, ARPP, ADEME, Unic, Publicitaires éco-socio innovants ...) participent à cette réflexion à l'initiative d'ICOM, dont les travaux se sont concrétisés en 2011. Leur

présence donne une valeur de reconnaissance officielle par les représentants de la profession et montre un attachement réel aux principes défendus par l'ISO 26000.

La norme ISO 26000 « Lignes directrices relatives à la responsabilité sociétale » présente un cadre général pour permettre à toute organisation, partout dans le monde et quelle que soit son activité, d'appréhender sa responsabilité sociétale. Sept questions centrales sont identifiées et prises en compte dans les décisions et les impacts qui en découlent : les droits de l'Homme, les relations et conditions de travail, l'environnement, la loyauté des pratiques, les questions relatives aux consommateurs, les communautés et le développement local et la gouvernance. Il s'agit ainsi de proposer des pistes de bonnes pratiques pour répondre de ces impacts.

L'ISO 26000 invite les organisations à s'interroger non seulement sur les impacts de leurs décisions et activités en interne mais aussi à considérer les impacts de leurs prestations, en termes de mode de production notamment.

Tableau récapitulatif des grands principes

Questions centrales	Principes à respecter
Droits de l'Homme	<ul style="list-style-type: none"> - Devoir de vigilance - Situations représentant un risque pour les droits de l'Homme - Discrimination et groupes vulnérables - Correction des manquements - Droits civiques et politiques - Droits économiques, sociaux et culturels - Droits fondamentaux au travail
Relations et conditions de travail	<ul style="list-style-type: none"> - Emploi et relations employeur/employé - Conditions de travail et protection sociale - Dialogue social - Santé et sécurité au travail - Développement du capital humain
Environnement	<ul style="list-style-type: none"> - Prévention des pollutions - Utilisation durable des ressources - Atténuation des changements climatiques et adaptation - Protection et réhabilitation de l'environnement naturel
Loyauté des pratiques	<ul style="list-style-type: none"> - Lutte contre la corruption - Implication politique responsable - Concurrence loyale - Promotion de la responsabilité sociétale dans la chaîne de valeur; - Respect des droits de propriété
Questions relatives aux consommateurs	<ul style="list-style-type: none"> - Bonnes pratiques en matière de contrats, de marketing et d'information - Protection de la santé et de la sécurité des consommateurs - Consommation durable - Service après-vente, assistance et résolution des litiges pour les consommateurs - Protection des données et de la vie privée des consommateurs - Accès aux services essentiels - Éducation et sensibilisation
Communautés et développement local	<ul style="list-style-type: none"> - Implication auprès des populations locales - Investissement social - Création d'emploi - Développement/transfert de technologie - Richesses et revenu - Éducation et culture - La santé - Investissement responsable
Gouvernance	<ul style="list-style-type: none"> - Redevabilité - Transparence - Comportement éthique - Reconnaissance des intérêts des parties prenantes - Légalité - Respect des normes internationales de comportement

- La pédagogie au service d'un changement durable -



« Planète Bureau, la websérie qui met le DD en boîte ! » : lancée en 2010 à l'initiative d'ICOM, de l'entreprise Pollens et de la Compagnie du 4, la websérie Planète Bureau comporte aujourd'hui 2 saisons et 7 épisodes. Elle met en scène Marguerite Verdier, Responsable du Développement Durable dans fraîchement arrivée dans une entreprise qu'elle tente de convertir tant bien que mal à l'éco-comportement. À travers les trois volets du développement durable (social, économique et environnemental), Marguerite Verdier va tenter de sensibiliser ses collaborateurs sur certains points sensibles à améliorer dans l'entreprise : le covoiturage, le recyclage des bouteilles en plastique, le tri du papier, et surtout, la résistance de certains collaborateurs à ces changements ...

Planète Bureau, c'est une manière innovante et percutante d'accompagner les changements de mentalité au bureau. L'idée fondatrice est de susciter l'intérêt en combinant humour et pédagogie, autour de questions bien souvent négligées. La websérie se veut ainsi accessible au plus grand nombre, puisque leur message s'adresse à toutes les parties prenantes : le développement durable est l'affaire de tous et de chacun, dirigeants, collaborateurs, entreprises, collectivités, salariés et citoyens.

En étroite collaboration avec Pollens (mise en relation, mécénats de proximité), et la Compagnie du 4, troupe de théâtre écocitoyenne, ICOM a permis de produire la websérie et de faire parler d'elle : Planète Bureau possède son propre site Internet, et a été présente en 2011 à de nombreux événements qui lui ont permis d'avoir une certaine visibilité. Lors de sa présence au Salon du Développement Durable en avril 2011, un large public a été séduit et interpellé par ce savant mélange d'humour et de préoccupation environnementale : visiteurs curieux, représentants d'agences de communication, de cabinets de conseil ou bien de services Développement Durable en entreprises. La websérie a eu de nombreux retours encourageants et chaleureux, ce qui témoigne de l'intérêt porté à ce mode de sensibilisation. Présente également

au WebTV Festival de La Rochelle édition 2011 du 16 au 18 mars 2011, elle a pu avoir une visibilité internationale et a concouru dans la catégorie Web institutionnel. Enfin, elle a participé au Festival FReDD (du 1^{er} 9 avril 2011) qui fait partie intégrante de la programmation officielle de la semaine du Développement Durable de la Communauté Urbaine du Grand Toulouse. Le principe du Festival FReDD est de diffuser des films combinant la Recherche scientifique et le Développement : Planète Bureau y a trouvé sa place et un public large.



Après avoir été d'abord une initiative relevant de l'engagement sociétal d'ICOM, Planète Bureau devient aujourd'hui une entreprise à part entière (SAS) et va peut-être créer un premier emploi d'ici à fin 2012 et donner vie à plusieurs déclinaisons du concept, générant ainsi une nouvelle création de valeur partagée pour ICOM.

- Création d'un réseau de déplacement inter-entreprises -



Pour arrêter l'accroissement de l'effet de serre, la Terre ne peut supporter que deux tonnes de gaz à effet de serre par individu et par an. Il faudra donc redoubler d'efforts dans les prochaines années pour répondre plus encore à un développement durable.

Sur la base de son Bilan Carbone[®], ICOM s'est donc engagée à réduire ses émissions de 10% (soit presque 3 fois les objectifs de Kyoto) d'ici à 2 ans. Afin d'y parvenir et compte tenu de la prévalence des émissions de gaz à effet de serre liés aux transports domicile-travail des salariés (53% des émissions de

l'agence en 2009), ICOM a initié en 2008 un Plan de Déplacement Entreprise (PDE), dont les actions principales s'inscrivent dans le Plan d'Actions Durables d'ICOM (PADI) 2008-2010. Dans ce cadre, un Plan de Déplacement Inter-Entreprises a été mis sur pied en 2010, à l'initiative d'ICOM : en effet, elle a souhaité impliquer dans la démarche d'écomobilité les acteurs qui l'entourent. L'agglomération toulousaine fait face depuis quelques années à une augmentation de sa population, et donc à des difficultés de circulation : on comptabilise 550 000 déplacements domicile-travail par jour, dont 63 % se font aux heures de pointe et dont 76 % sont effectués en voiture. ICOM a donc constaté un réel besoin d'organisation des différentes entreprises qui sont implantées dans son secteur, la Zone d'Activités Baluffet, pour remédier à ce problème de circulation et permettre un désengorgement des routes.

Aujourd'hui, le Comité de Pilotage du PDIE rassemble pour l'instant 7 entreprises, avec le soutien de nombreux acteurs du transport de l'agglomération, et compte bien s'ouvrir à de nouveaux acteurs. L'engagement collectif des acteurs de la ZA concerne environ 3000 personnes, ce qui représente presque autant de véhicules utilisés, à supposer que chacune se déplace avec son véhicule personnel.

Le collectif se concerte une fois par mois et fait état des avancées de ses divers projets. Un dépliant sera bientôt édité : il définit le projet et ses bénéfices (économiques, sociaux et environnementaux), il signale les différents modes de transports qui pourraient remplacer la voiture (le vélo, le covoiturage, les transports en communs) et il présente les actions concrètes qui ont été mises en place par le PDIE de la ZA Baluffet. Un autre document devrait voir le jour d'ici mars 2012 : le Guide d'Accessibilité sera distribué dans la zone à impacter, et présentera les informations pratiques pour trouver une alternative à la voiture. Elle informera les salariés et étudiants de la zone des différents modes de transports existants avec le détail des horaires associé et les distances à parcourir ; ce document a pour objectif à long terme de faciliter et impulser cette démarche d'écomobilité. Enfin, le collectif est devenu adhérent du site Internet de covoiturage du réseau de transports en commun de la ville de Toulouse au début de l'année 2012, ce qui permettra un plus grand choix d'itinéraires à ses adhérents. Lors de la Semaine du Développement Durable organisée tous les ans par ICOM au sein de l'entreprise, le PDIE est intervenu et a communiqué sur ses projets et sur ses actualités. Ainsi, il a pu toucher les publics internes et externes de l'entreprise, tout en recueillant de nouveaux points de vue et de nouvelles idées qui permettront au projet de développer de nouvelles perspectives.

Le collectif a pour projet cette année de créer un outil de reconnaissance d'itinéraires à vélo : la reconnaissance des « points noirs » et des itinéraires sécurisés pourrait se faire au sein de chaque entreprise par l'identification des « experts » vélo. Il s'agira de récolter les astuces, les pistes, les expériences de chacun et de les mettre en commun. Enfin, le PDIE a pour ambition de faire installer dans la zone une « vélo station » : un garage sécurisé serait mis à la disposition de tous, ainsi qu'un atelier de réparation et un stand de location longue-durée de vélos.

LUTTE CONTRE LA CORRUPTION

« Rapporter ou expliquer »

PRINCIPE 10 : « Les entreprises sont invitées à agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion de fonds et les pots-de-vin. »

En pratiquant une politique de transparence tant au niveau de l'administration, de la stratégie générale et des pratiques communicationnelles, en interne comme en externe, ICOM est assurée qu'il n'existe pas de corruption dans son fonctionnement propre ni dans son réseau de parties prenantes. Aucune action annuelle significative et spécifique n'a donc été engagée dans ce sens.