



Paris, le 23 janvier 2012

Notre entreprise, par la présente, confirme son intention de renouveler son engagement à respecter les 10 principes du PACTE MONDIAL dans la rubrique « GENERAL »

Par ailleurs, et tant que dirigeant, je confirme ma volonté de les traduire au quotidien, et de les véhiculer auprès de toutes mes équipes.

Jean CHAILLET
Directeur Général

PRINCIPE N°1 ou 2 Principes relatifs aux droits de l'homme

Evaluation, politique et objectifs :

Notre société est très soucieuse du respect du droit de l'homme donc de nos collaborateurs

Et notre métier nous amène à travailler sur l' « humain » grâce à nos formations

1) Respect des droits de l'homme pour les collaborateurs CSP

En début d'année 2011 il y a eu une mise en place d'une politique de « sérénité » chez CSP avec un projet « OBJECTIF SERENITE »

L'enjeu est de continuer à vivre une valeur importante à la société : « travailler sereinement »

Les résultats attendus :

- Emettre des hypothèses sur les facteurs d'ambiance et les valider avec une enquête « bien être »
- Mettre en perspective et identifier les causes
- Identifier des points d'alertes /points à risques majeurs
- Plan d'action
- Aiguillon/supervision pour mise en place du plan d'action
- Appui à la direction pour la communication

Organisation :

Une équipe nommée à été dédiée à ce projet : elle a été choisie parmi le personnel sans qu'il y ait de manager

Elle avait pour mission d'enquêter sur le moral des équipes et de voir les points de difficulté

Un rapport a été transmis à la direction

Après travail sur ce rapport un plan d'action a été décidé tant sur le plan opérationnel, organisationnel et relationnel

Ce plan d'action a été suivi tous les mois par toutes les équipes

Et l'équipe « sérénité » a refait un audit à j + 6 mois pour voir l'évolution du moral des équipes et de la diminution des difficultés

Un de nos objectifs premiers a donc été de donner le maximum de sérénité à tous les acteurs de l'entreprise

Cette sérénité permet une qualité de vie qui permet une qualité de service

L'équilibre est primordial

Réalisations :

Notre plan d'action sur la communication relative au thème de la sérénité a tourné autour de 3 grands axes :

✚ Communication institutionnelle

- **Pourquoi ?** s'assurer de l'avancement du plan d'action/ mesurer la perception des salariés/ alerter la direction
- **Comment et quand ?** Sondage semestriel vers ensemble du personnel par email/ Point délégation du personnel régulier/ bilan annuel CODIR/ Suivi du plan d'action par un pilote
- **Pour qui ?** Diffusion à l'ensemble du personnel

✚ Communication de proximité :

- **Pourquoi ?** Capter / écouter en local les facteurs d'ambiance/ faire remonter les infos pour alimenter le suivi du plan d'action
- **Comment et Quand ?** Ecoute quotidienne « machine à café »/ recherche d'exemples concrets (positifs et négatifs) + évoquer l'aspect sérénité dans chaque réunion de travail + être « disponible » pour échanger/recevoir. Chaque membre du groupe de travail sérénité fait une remontée régulière avec ses perceptions pour échange sur les points de vigilance
- **Pour qui ?** Diffusion aux membres du groupe de travail

✚ Communication « grand public »

- **Pourquoi ?** Communiquer de façon décalée sur nos fonctionnements internes (un élément de la sérénité est la bonne humeur)
- **Comment ? Quand ?** Diffusion d'une feuille d'information une fois par trimestre
- **Pour qui ?** Diffusion à l'ensemble des salariés

2) Respects des droits de l'homme pour nos clients et nos fournisseurs

CSP dans sa volonté de respecter ce point veille régulièrement à ne pas à ne pas se rendre complices de violations des droits de l'homme chez les fournisseurs comme chez les clients

PRINCIPE N°6

L'élimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession

Ambition et objectifs :

Notre société a eu la volonté de transformer l'homogénéité forte en matière de religion, origine ethnique, âge. Par ailleurs, il existait un déséquilibre dans la représentation du sexe féminin dans la hiérarchie.

Nous avons eu en parallèle un plan de développement important, incluant des embauches en nombre.

Nous avons décidé de renforcer la diversité au sein de CSP, tant sur des critères de sexe, d'âge, d'origine ethnique, de religion.
Vu la nature de cet objectif, nous ne l'avons pas chiffré a priori.

Réalisations :

Notre plan d'action a tourné autour de 3 grands axes :

- ✚ **Sensibilisation des managers :**
 - A l'embauche sans discrimination ; âge, sexe, religion, origine ...
 - A la promotion sans considération de sexe ;
 - A la délégation de missions de façon objective ;
 - A la gestion des équipes pour faciliter l'intégration des nouveaux personnels ; un travail d'intégration a été réalisé avec un retro planning pour toutes les actions à réaliser
- ✚ **Organisation :**
 - Création de passerelles entre les différents types de fonction et métiers dans l'entreprise ; montée en puissance de personnel pour des postes à responsabilité managériale
 - Nomination de personnes plus jeunes, ou de sexe féminin, à des postes à responsabilité ;
 - Développement d'organisation du travail à distance ou à temps partiel, permettant de concilier vie professionnelle et vie personnelle ;
 - Aménagements de temps de travail facilitant la pratique religieuse ;
 - Fusion de 3 structures juridiques, création d'une DUP (Délégation Unique du Personnel) ;
- ✚ **Embauches et intégration :**
 - Création d'un poste RRH avec une personne ayant une sensibilité forte sur ces sujets ;
 - Choix d'embauches dans la diversité ;
 - Création d'un processus d'intégration ;

- Nomination d'un parrain ou d'une marraine à chaque embauché, dont la mission consiste à épauler l'arrivant sur un plan de communication, comportement et process ... c'est un facilitateur ;

Résultats :

L'objectif a été atteint ... pour calcul, nous sommes 81 salariés en 2011, pour 48 en 2006 :

- + **Passage de 4 à 12 manageuses. A date, il y a autant de manageuses que de managers ;**
- + **Passage d'un Codir de 4 personnes à 7 personnes avec un rajeunissement important :**
- + **Passage de 1 à 5 religions représentées ;**
- + **Passage de 0 à 7 administratifs / commerciaux / marketeurs, issus de la diversité ethnique ;**
- + **Embauche de 2 personnes en situation d'handicap avec une adaptation des conditions de travail**
- + **Modification de la pyramide des âges de la société, avec un rajeunissement de plus de 5 ans, et des équilibres meilleurs ;**
- + **Modification des organisations du travail : temps partiel, travail à distance, respect des temps religieux ... en sollicitation des contraintes, et en réponse aux demandes des salariés (0 refus Direction sur les demandes argumentées) ;**
- + **Une DUP très active depuis fin 2008, qui se réunit tous les mois ... avec une prise de décision collective et suggestions sur des dossiers de nature RH : réflexion, création et mise en place d'un groupe sérénité : **OBJECTIF** : faire un bilan de l'état de sérénité au travail des acteurs de CSP (enquêtes qualitative et quantitative) et dégager des plans d'actions**
- + **Accès à la formation et au développement des compétences sans discrimination de statut (salarié ou partenaire) ;**
- + **.....**

Actions à venir :

A date, nous considérons que ces actions et décisions sont du ressort du quotidien. Il n'existe plus de déséquilibre, et l'ouverture d'esprit de tous les salariés existe.

Nous souhaitons donc renforcer cette réalité auprès de tous les acteurs CSP, notamment pour les consultants externes.

En effet, notre métier nous amène à faire appel à des formateurs à la vacation, de façon importante (155 à date) :

- + Ces consultants externes sont intégrés chez CSP dans une volonté de Gagnant-Gagnant

- ✚ La diversité d'âge notamment, pour élargir la tranche d'âge habituelle (40-55 ans) ;
- ✚ Accès à des activités transverses élargi aux consultants externes (exemple notre Université d'été, ou la participation à des groupes de travail, à de l'innovation produits, etc)
- ✚ Suivi des consultants pour une relation personnalisée entre CSP et eux : nomination de responsables des consultants externes dans nos différents pôles.

PRINCIPE N°8
Des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement

Ambition et objectifs :

Notre métier nous amène à avoir une consommation de papier importante, tant du fait de nos actions marketing, que de nos actions de formation.

Nous consommons ainsi en 2008 54 tonnes de papier, pour un Chiffre d'Affaires de près de 11 Millions d'Euros.

Un de nos objectifs premiers a donc été la réduction de la consommation de papier, avec une mesure : - 20% en kg de papier photocopie/Million € de CA)

Réalisations :

Notre plan d'action a tourné autour de 3 grands axes :

Communication :

- Retravailler le plan marketing pour privilégier le Web et les E-mailings sur le Print ;
- Imaginer de solutions pour des opérations Print moins consommatrices de papier ;
- Optimiser nos ciblage marketing, pour diminuer les taux de retour NPAI ;
- Créer des catalogues virtuels, sur CD ROM, ou en accès site web ;

Supports de formation :

- Imprimer nos supports de formation en recto verso ;
- Retravailler les contenus des supports, pour les réduire à l'essentiel ;
- Envoi des supports en format électronique pour éviter des documents papier ;
- Imprimeurs labellisés « Imprim'vert »
- Impression du catalogue sur du papier recyclé à 50 %

Administratif :

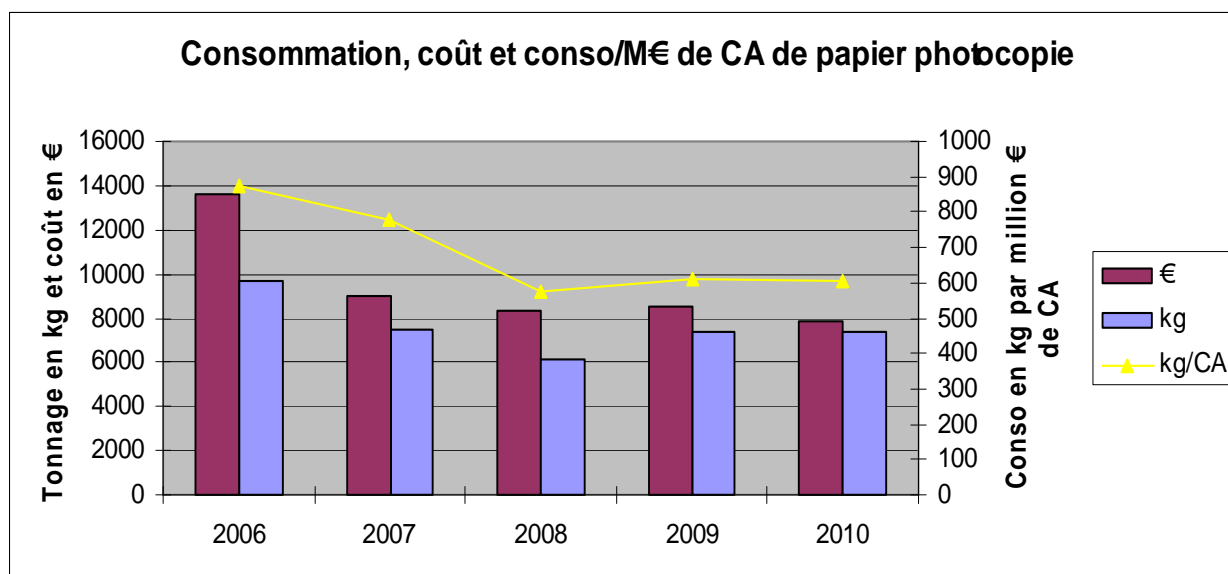
- Augmenter les documents électroniques (dématérialisation) ;
- Favoriser les impressions en recto verso ;
- Travailler par poste et métier pour limiter les impressions ;
- Sensibiliser le personnel à des bonnes pratiques ;

Actions complémentaires:

- Récupération des déchets informatiques et électroniques (D3E) par l'association Emmaüs

Résultats :

L'objectif a été atteint, avec une baisse au final **de 21%** (pour un objectif à -20%). Nous sommes passés de 877 kg de papier photocopie par million d'euros de CA en 2006 à 606 kg en 2010.



Actions à venir :

Pour 2011, nous avons décidé de continuer nos efforts sur ce point, avec une réduction supplémentaire attendue de 5% au maximum, ou au minimum un maintien de notre performance 2010.

Par ailleurs, nous avons décidé d'élargir à d'autres actions :

- ✚ Encourager l'utilisation des transports peu polluants ;
- ✚ Œuvrer pour une optimisation des coûts d'électricité et de gaz ;
- ✚ Limiter la pollution des cartouches d'encre, par des impressions Noir&Blanc et la mise en place de filières de recyclage ;
- ✚ Mettre en place un tri des déchets plus performant ;

PRINCIPE N°10

Principes relatifs à la lutte contre la corruption

Ambition et objectifs :

La corruption met en danger la réputation d'une entreprise, et accroît les risques juridiques, financiers et autres.

La lutte contre la corruption fait partie des valeurs de l'entreprise CSP

La promotion sur l'intégrité de tous est régulièrement partagée

Sur deux points : pour l'entreprise et dans nos messages lors des formations

1) Pour l'entreprise vis-à-vis des clients

Nous accordons une importance forte à éviter toute forme de corruption dans la relation que nous entretenons avec nos clients :

- a. Pas de cadeaux clients de fin d'année
- b. Pas d'invitation ou autre au moment où les appels d'offre / négociations se tiennent. Les invitations déjeuners sont rares et dédiées à des points projet opérationnels ou globaux
- c. Pas de réponse à des sollicitations diverses de la part de clients ou prospects qui nous mettraient dans des cas de confusion entre le choix factuel de CSP pour ses compétences et sa capacité à répondre aux projets client, et un choix qui se porterait davantage sur une relation de « copinage »
- d. Pas de privilège client accordé de manière particulière. A ce titre nous avons créé des grilles de tarification et négociation, génériques et qui s'appliquent donc indistinctement à tous
- e. Aucune incitation à destination du personnel lui permettant de penser que l'entreprise et les managers encouragent ou acceptent ce type de pratiques
- f. Refus de remboursement sur des frais du personnel qui ne sont pas dûment justifiés, à la fois en termes de facture, et de preuve de la nécessité de la dépense
- g.

La transparence des processus d'appel d'offre protège l'intérêt général

Cela promeut des règles du jeu équitables et transparentes

Le comportement éthique est primordial pour tous les acteurs CSP

Une grande sensibilisation des équipes est faite régulièrement sur ce point

2) Pour l'entreprise vis-à-vis des fournisseurs

Du côté fournisseurs, nous n'acceptons aucun cadeau personnel autre que « symboliques » (boîte de chocolat ou bouteille de fin d'année). De plus ces cadeaux sont partagés au sein des services ou de l'entreprise globalement, pour ne pas servir à une seule personne. Enfin, lorsqu'un fournisseur témoigne de l'habitude de fournir des cadeaux, nous lui signalons aimablement notre refus de ce type de pratiques,

pour éviter que cela ne se reproduise (voire nous refusons le cadeau s'il s'avère non symbolique)

3) Pour l'entreprise vis-à-vis des partenaires

Du côté partenaires, nous fonctionnons de la même manière. Les seuls cadeaux acceptés sont des repas pris entre le partenaire et nous, au titre d'un point d'arrêt, et dans un restaurant « normal ». Nous n'acceptons pas de rétribution d'apport d'affaires autres que celles définies au sein d'un contrat écrit

4) Messages lors des formations

L'item « corruption » fait partie des points de vigilance travaillés et partagés avec les participants lors des formations délivrées par CSP

Tant dans les formations d'acheteur que les formations commerciales

.

.
